

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце: Ханты-Мансийского автономного округа-Югры

ФИО: Косенок Сергей Михайлович "Сургутский государственный университет"

Должность: ректор

Дата подписания: 01.07.2025 11:42:26

Уникальный программный ключ:

e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

11 июня 2025г., протокол УМС №5

МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН

Введение в профессиональную деятельность рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Психологии**
Учебный план b420301-ССО-24-1.plx
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **1,5 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 54
в том числе:
аудиторные занятия 32
самостоятельная работа 22

Виды контроля в семестрах:
зачеты 1

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 1 (1.1) | | Итого | |
|---|---------|----|-------|----|
| | уп | рп | уп | рп |
| Неделя | 17 4/6 | | | |
| Вид занятий | уп | рп | уп | рп |
| Лекции | 16 | 16 | 16 | 16 |
| Практические | 16 | 16 | 16 | 16 |
| Итого ауд. | 32 | 32 | 32 | 32 |
| Контактная работа | 32 | 32 | 32 | 32 |
| Сам. работа | 22 | 22 | 22 | 22 |
| Итого | 54 | 54 | 54 | 54 |

Программу составил(и):

к.филос.н., Зав.к., Родермель Т.А. ;ст. преподаватель, Ганеева Л.Д.

Рабочая программа дисциплины

Введение в профессиональную деятельность

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 11 июня 2025г., протокол УМС №5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой к.филос.н., Родермель Т.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|-----|--|
| 1.1 | формирование у студентов начальных знаний и базовых представлений, которые помогли бы им на протяжении всего курса обучения ориентироваться в области профессиональной деятельности «реклама и связи с общественностью»; |
| 1.2 | развитие интереса к будущей профессии, умение планировать свой профессиональный рост, определять актуальные ресурсы профессионального развития; получение системного представления об истории рекламы и PR, основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении этой области профессиональной деятельности; |
| 1.3 | получение системного представления о современном состоянии отрасли «Реклама и связи с общественностью»: основных специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объёмах деятельности, роли новых медиа в современной практике PR и рекламы; |
| 1.4 | формирование базовых представлений об этике профессиональной деятельности в данной отрасли, умения оценивать требования рынка и образовательных услуг в сфере собственного профессионального роста. |

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

| | |
|--------------------|--|
| Цикл (раздел) ООП: | Б1.О.04 |
| 2.1 | Требования к предварительной подготовке обучающегося: |
| 2.1.1 | курсы школьных дисциплин: русский язык и обществознание |
| 2.2 | Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: |
| 2.2.1 | Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью |
| 2.2.2 | Основы связей с общественностью |
| 2.2.3 | Основы связей с общественностью |
| 2.2.4 | Основы теории коммуникации |
| 2.2.5 | Теория и практика рекламы |
| 2.2.6 | Теория и практика массовой информации |
| 2.2.7 | Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная) |
| 2.2.8 | Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (бизнес-планирование) |

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-6.1: Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения

УК-6.2: Оценивает требования рынка труда и образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

| | |
|------------|--|
| 3.1 | Знать: |
| 3.1.1 | цели и задачи профессиональной деятельности, задачи профессионального роста и долгосрочного планирования в развитии профессии; |
| 3.1.2 | ключевые понятия и базовые технологии; |
| 3.1.3 | основные сведения по истории рекламы и PR; |
| 3.1.4 | особенности современного этапа развития этой области профессиональной деятельности. |
| 3.2 | Уметь: |
| 3.2.1 | выделять рекламные и PR-материалы в общем информационном потоке; |
| 3.2.2 | анализировать рекламные и PR-кампании на предмет их соответствия основным этическим нормам рекламной и PR-деятельности; |
| 3.2.3 | определять соответствие аудитории и канала коммуникации; |
| 3.2.4 | выстраивать траекторию собственного профессионального роста. |

| 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | | | | | | |
|---|---|----------------|-------|---------------|-----------------------------|------------|
| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература | Примечание |
| | Раздел 1. Связи с общественностью | | | | | |
| 1.1 | Специалист в области современных коммуникаций /Лек/ | 1 | 2 | УК-6.1 | Л1.1 Л1.3Л2.1Л3.1 | |
| 1.2 | Специалист в области современных коммуникаций /Пр/ | 1 | 2 | УК-6.1 | Л1.2Л2.1Л3.1 | |
| 1.3 | Специалист в области современных коммуникаций /Ср/ | 1 | 2 | УК-6.1 | Л1.1Л2.1Л3.1 | |
| 1.4 | Коммуникационные практики и каналы коммуникации /Лек/ | 1 | 2 | УК-6.1 | Л1.3Л2.1Л3.1 | |
| 1.5 | Коммуникационные практики и каналы коммуникации /Пр/ | 1 | 2 | УК-6.1 | Л1.1Л2.1Л3.1 | |
| 1.6 | Коммуникационные практики и каналы коммуникации /Ср/ | 1 | 2 | УК-6.1 | Л1.2Л2.1Л3.1 | |
| 1.7 | Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций /Лек/ | 1 | 2 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.3Л2.1Л3.1 | |
| 1.8 | Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций /Пр/ | 1 | 2 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.1Л2.1Л3.1 | |
| 1.9 | Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций /Ср/ | 1 | 2 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.1 | |
| | Раздел 2. Реклама | | | | | |
| 2.1 | Реклама как маркетинговая коммуникация. /Лек/ | 1 | 1 | УК-6.2 | Л1.1Л2.1Л3.1 | |
| 2.2 | Реклама как маркетинговая коммуникация. /Пр/ | 1 | 1 | УК-6.2 | Л1.1Л2.1Л3.1 | |
| 2.3 | Реклама как маркетинговая коммуникация. /Ср/ | 1 | 2 | УК-6.2 | Л1.1Л2.1Л3.1 | |
| 2.4 | Рекламное сообщение, рекламная деятельность, рекламный рынок /Лек/ | 1 | 1 | УК-6.2 | Л1.3Л2.1Л3.1 | |
| 2.5 | Рекламное сообщение, рекламная деятельность, рекламный рынок /Пр/ | 1 | 1 | УК-6.2 | Л1.3Л2.1Л3.1 | |
| 2.6 | Рекламное сообщение, рекламная деятельность, рекламный рынок /Ср/ | 1 | 2 | УК-6.2 | Л1.3Л2.1Л3.1 | |
| 2.7 | Реклама как социокультурная технология. /Лек/ | 1 | 2 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.2Л2.1Л3.2 | |
| 2.8 | Реклама как социокультурная технология. /Пр/ | 1 | 2 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.2Л2.1Л3.2 | |
| 2.9 | Реклама как социокультурная технология. /Ср/ | 1 | 2 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.2Л2.1Л3.2 | |
| 2.10 | Социокультурные и экономические корни рекламы. Основные этапы генезиса рекламы. /Лек/ | 1 | 1 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.2Л2.1Л3.2 | |
| 2.11 | Социокультурные и экономические корни рекламы. Основные этапы генезиса рекламы. /Пр/ | 1 | 1 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.2Л2.1Л3.2 | |
| 2.12 | Социокультурные и экономические корни рекламы. Основные этапы генезиса рекламы. /Ср/ | 1 | 1 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.2Л2.1Л3.2 | |
| 2.13 | Основные этапы и специфика развития рекламы в России /Лек/ | 1 | 1 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.3Л2.1Л3.2 | |
| 2.14 | Основные этапы и специфика развития рекламы в России /Пр/ | 1 | 1 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.3Л2.1Л3.2 | |
| 2.15 | Основные этапы и специфика развития рекламы в России /Ср/ | 1 | 2 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.3Л2.1Л3.2 | |
| | Раздел 3. Диджитал | | | | | |
| 3.1 | Интернет: технологии и социальный конструктивизм /Лек/ | 1 | 1 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.2Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | |

| | | | | | | |
|------|---|---|---|---------------|-----------------------------|--|
| 3.2 | Интернет: технологии и социальный конструктивизм /Пр/ | 1 | 1 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.2Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | |
| 3.3 | Интернет: технологии и социальный конструктивизм /Ср/ | 1 | 1 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.2Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | |
| 3.4 | Новые медиа: осмысление понятия, влияние на общество и человека /Лек/ | 1 | 2 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.2Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | |
| 3.5 | Новые медиа: осмысление понятия, влияние на общество и человека /Пр/ | 1 | 2 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.2Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | |
| 3.6 | Новые медиа: осмысление понятия, влияние на общество и человека /Ср/ | 1 | 1 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.3Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | |
| 3.7 | Социальные сети и PR. Репутация. Интернет-реклама. /Лек/ | 1 | 1 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.3Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | |
| 3.8 | Социальные сети и PR. Репутация. Интернет-реклама. /Пр/ | 1 | 1 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.3Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | |
| 3.9 | Социальные сети и PR. Репутация. Интернет-реклама. /Ср/ | 1 | 1 | УК-6.1 УК-6.2 | Л1.3Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | |
| 3.10 | /Контр.раб./ | 1 | 2 | | Л3.1 | |
| 3.11 | /Зачёт/ | 1 | 2 | | | |

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
|------|--|---|--|----------|
| Л1.1 | Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. | Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров | Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс | 1 |
| Л1.2 | Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. | Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: Учебник для бакалавров | Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс | 1 |
| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
| Л1.3 | Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. | Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: Учебник для бакалавров | Москва: Издательство Юрайт, 2020, электронный ресурс | 1 |

6.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
|------|--|---|--|----------|
| Л2.1 | Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. | Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров | Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс | 1 |

6.1.3. Методические разработки

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
|--|---------------------|----------|-------------------|----------|
|--|---------------------|----------|-------------------|----------|

| | | | | |
|------|---|---|--|----|
| ЛЗ.1 | Мамкина Т. М., Плеханова Н. П., Ганеева Л. Д. | Подготовка социальных проектов, курсовых и дипломных работ по программе бакалавриата "Реклама и связи с общественностью": учебно-методическое пособие | Сургут: Издательский центр СурГУ, 2018 | 30 |
| ЛЗ.2 | Мальков М. Н. | Введение в профессиональную деятельность: методические рекомендации | Сургут: Издательский центр СурГУ, 2020, электронный ресурс | 1 |

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

| | |
|----|---|
| Э1 | Документальное кино «Digital Nation» http://video.pbs.org/video/1402987791/ . |
| Э2 | Информационные интеллектуальные сети и Семантический Веб http://habrahabr.ru/post/116574/ |
| Э3 | Тим Бернерс-Ли о следующем поколении Сети http://www.ted.com/talks/tim_berners_lee_on_the_next_web.html |
| Э4 | Просьюмеры – «живые медиа» http://www.pertsiya.com/page.php?id=453 |

6.3.1 Перечень программного обеспечения

| | |
|---------|--|
| 6.3.1.1 | Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office |
|---------|--|

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

| | |
|---------|--|
| 6.3.2.1 | СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/ |
| 6.3.2.2 | СПС «Гарант» - www.garant.ru/ |

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| | |
|-----|---|
| 7.1 | учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования - компьютер, проектор, проекционный экран, компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду. Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации. |
|-----|---|