

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:

Декан факультета истории и
международных отношений



О.И. Амурская

« 31 » августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**ВВЕДЕНИЕ В КОММУНИКАЦИОННЫЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ
(С ЭЛЕМЕНТАМИ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТА)**

Уровень основной профессиональной образовательной программы:
бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: заочная

Сроки освоения ОПОП: 4 года 6 месяцев

Факультет истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань 2020

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Введение в коммуникационные специальности (с элементами тайм-менеджмента)» являются формирование универсальных и общепрофессиональных компетенций в овладении базовых теоретических и практических знаний в сфере коммуникационных технологий рекламы и связей с общественностью на основе работы рекламных агентств и рекламных отделов организаций, усвоении основных элементов тайм-менеджмента.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина «Введение в коммуникационные специальности (с элементами тайм-менеджмента)» относится к обязательной части Блока 1.

2.2. Для изучения данной дисциплины (модуля) необходимы следующие предшествующие дисциплины:

История

Обществознание

История рекламы и PR

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

Теория и практика рекламы

Теория и практика связей с общественностью

2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся универсальных (УК), общепрофессиональных (ОПК) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Знает основные принципы и использует приемы самообразования и саморазвития.	Основные принципы и методы самообразования и саморазвития в процессе освоения выбранной профессии	Применять основные принципы и методы самообразования и саморазвития в процессе овладения выбранной профессии	Навыками самообразования и саморазвития в процессе подготовки в занятиям
		УК-6.2. Оценивает и эффективно использует личностные ресурсы для управления своим временем в процессе выстраивания и реализации траектории саморазвития.	Основы и элементы тайм-менеджмента	Анализировать свой процесс рабочего времени.	Навыками борьбы с причинами нерационального использования временного ресурса
		УК-6.3. Планирует и реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.	Специфику деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью	Ставить цели деятельности, выбирать соответствующие средства для ее достижения	Культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
2.	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и	Основы политических, экономических факторов, правовых и этических	Определять значение политических, экономических факторов,	Навыками анализа роли политических, экономических факторов,

	<p>развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирующих</p>	<p>этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>правовых и этических норм в развитии медиакоммуникационных систем на разных уровнях</p>	<p>правовых и этических норм в развитии медиакоммуникационных систем на разных уровнях</p>
		<p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Специфику коммуникационных механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Анализировать коммуникационные механизмы функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Навыками корректировки коммуникационных механизмов конкретной медиакоммуникационной системы</p>

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры								
		№ 1 часов	№ 2 часов	№ 3 часов	№ 4 часов	№ 5 часов	№ 6 часов	№ 7 часов	№ 8 часов	№ 9 часов
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	14	14	-	-	-	-	-	-	-	-
В том числе:										
Лекции (Л)	6	6								
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	8	8								
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Иные учебные занятия (индивидуальные занятия, групповые занятия и др.)										
2. Самостоятельная работа студента (всего)	90	90								
В том числе	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>СРС в семестре:</i>										
Курсовая работа										
Другие виды СРС:	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Подготовка к собеседованию	24	24								
Подготовка к написанию эссе	20	20								
Подготовка докладов к семинарам	24	24								
Подготовка к зачету	22	22								
<i>СРС в период сессии</i>										
Вид промежуточной аттестации	зачет	зачет 4	зачет 4							
	экзамен (Э)									
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	108	108							
	зач. ед.	3	3							

Дисциплина частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий: вебинарная платформа Zoom; система электронного обучения Moodle.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
1	2	3	4
1	1	Раздел I. Реклама и PR: общие сведения	Реклама: понятие, цель, задачи, функции, виды. Влияние на общество. Public Relations: понятие, объект, субъект, цели, задачи, функции. Ассоциации по рекламе и PR.
1	2	Раздел II. Элементы тайм-менеджмента	Специалист по рекламе и PR: личностные и профессиональные качества. Тайм-менеджмент. Элементы тайм-менеджмента: анализ использования рабочего времени, постановка целей, планирование рабочего времени, выработка различных методов борьбы с причинами нерационального использования временного ресурса.
1	3	Раздел III. PR в современном обществе	История развития PR. Виды PR. Причины возникновения PR. PR в разные периоды. Внутренний PR. Внешний PR. Политический PR. Социальный PR. PR в шоу-бизнесе. Черный PR. Виды PR-мероприятий. Промо-акции. Пресс-конференция. Конференция. Product-placement. Спонсорство. Благотворительность. Круглый стол. Корпоративный праздник. Проведение пресс-конференции. Конкретные случаи использования PR. Анализ рекламной и PR продукции. Корпоративная социальная ответственность. Правила написания пресс-релиза. Подготовка пресс-релиза. Исследования в рекламе. Творческое воплощение рекламы (рекламный креатив).

2.2. Перечень лабораторных работ, примерная тематика курсовых работ. Не предусмотрены учебным планом

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 90 часов.

Видами СРС являются:

- подготовка к зачету.

Формами текущего контроля успеваемости являются:

- подготовка к собеседованию;

- подготовка к написанию эссе;

- подготовка доклада и презентации для семинарского занятия.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

(см. Фонд оценочных средств)

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине
Рейтинговая система для дисциплины не используется

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Марочкина, С.С. Введение в специальность: реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757 (дата обращения: 15.03.2020).
2.	Китчен, Ф. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф. Китчен; пер. Е.Э. Лалаян. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 454 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546 (дата обращения: 15.03.2020).
3.	Поляков, В.А. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 718 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432 (дата обращения: 15.03.2020).

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Антипов, К.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031 (дата обращения: 15.03.2020).
2.	Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093 (дата обращения: 15.03.2020).
3.	Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.Ю. Рогожин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 208 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253716 (дата обращения: 15.03.2020).
4.	Старостова, Л.Э. Эстетика рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.Э. Старостова. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2010. - 144 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239874 (дата обращения: 15.03.2020).
5.	Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044 (дата обращения: 15.03.2020).

5.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. ВООК.ru [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://www.book.ru> (дата обращения: 15.03.2020).

2. East View [Электронный ресурс]: [база данных]. – Доступ к полным текстам статей научных журналов из сети РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com> (дата обращения: 15.03.2020).

3. Moodle [Электронный ресурс]: среда дистанционного обучения / Ряз. гос. ун-т. – Рязань, [Б.г.]. – Доступ после регистрации из сети РГУ имени С. А. Есенина, из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2> (дата обращения: 15.03.2020).

4. Znanium.com [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 15.03.2020).

5. Труды преподавателей [Электронный ресурс]: коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/3> (дата обращения: 15.03.2020).

6. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red (дата обращения: 15.03.2020).

7. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] : официальный сайт / Рос. гос. б-ка. – Москва: Рос. гос. б-ка, 2003 - . – Доступ к полным текстам из комплексного читального зала НБ РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru> (дата обращения: 15.03.2020).

5.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).

2. Киберленинка [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).

3. СПС «Консультант-плюс» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).

4. РАСО Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.raso.ru/>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).

5. Сайт по рекламе – URL: <http://www.adme.ru>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).

6. Советник Популярный сайт о PR. [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.sovetnik.ru/, свободный (дата обращения: 15.03.2020).

5.5 Периодические издания

1. Журнал Реклама. Теория и практика - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://grebennikon.ru/journal-8.html#volume2019-4/>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).

2. Журнал PR в России - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.prjournal.ru/>свободный (дата обращения: 15.03.2020).

6 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: лекционные аудитории, оснащенные видеопроекционным оборудованием, средствами звуковоспроизведения и экраном, оборудованные учебной мебелью; библиотека, имеющая учебные места для студентов, оснащенные компьютерной техникой с доступом к базам данных и сети Интернет; компьютерный класс, мультимедийный курс лекций.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: Видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерном классе должны быть установлены средства MS Office: Word, Excel, PowerPoint и др.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: отсутствуют.

7 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.

Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Контрольная работа/индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

8. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются:
вебинарная платформа Zoom (договор б/н от 10.10.2020г.);
набор веб-сервисов MS office365 (бесплатное ПО для учебных заведений <https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office>);
система электронного обучения Moodle (свободно распространяемое ПО).

9. Иные сведения

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»

Утверждаю:

Декан факультета истории и
международных отношений



О.И. Амурская

« 31 » августа 2020 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Введение в коммуникационные специальности
(с элементами тайм-менеджмента)»

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
Реклама и связи с общественностью

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
заочная

Рязань 2020

1. Цель освоения дисциплины «Введение в коммуникационные специальности (с элементами тайм-менеджмента)» являются формирование универсальных и общепрофессиональных компетенций в овладении базовых теоретических и практических знаний в сфере коммуникационных технологий рекламы и связей с общественностью на основе работы рекламных агентств и рекламных отделов организаций, усвоении основных элементов тайм-менеджмента, подготовка бакалавров по рекламе и связям с общественностью, компетентных, конкурентноспособных, эффективно использующих и непрерывно совершенствующих, полученные навыки и знания, с учетом потребностей и перспектив развития бизнеса, организации и проведения рекламных и PR-кампаний и контроль их эффективности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе (1 уст. семестр).

3. Трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами достижения компетенций:

УК-6.1. *Знать:* основные принципы и методы самообразования и саморазвития в процессе освоения выбранной профессии. *Уметь:* применять основные принципы и методы самообразования и саморазвития в процессе овладения выбранной профессией. *Владеть навыками:* навыками самообразования и саморазвития в процессе подготовки в занятиям.

УК-6.2. *Знать:* основы и элементы тайм-менеджмента. *Уметь:* анализировать свой процесс рабочего времени. *Владеть навыками:* навыками борьбы с причинами нерационального использования временного ресурса.

УК-6.3. *Знать:* специфику деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. *Уметь:* ставить цели деятельности, выбирать соответствующие средства для ее достижения специфику деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. *Владеть навыками:* культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

ОПК-5.1. *Знать:* основы политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. *Уметь:* определять значение политических, экономических факторов, правовых и этических норм в развитии медиакоммуникационных систем на разных уровнях. *Владеть навыками:* навыками анализа роли политических, экономических факторов, правовых и этических норм в развитии медиакоммуникационных систем на разных уровнях

ОПК-5.2. *Знать:* специфику коммуникационных механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. *Уметь:* анализировать коммуникационные механизмы функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. *Владеть навыками:* навыками корректировки коммуникационных механизмов конкретной медиакоммуникационной системы.

5. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения
Зачет (1 уст. семестр).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.