

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:
Декан
Д. Ю. Баланев

Рабочая программа дисциплины

Введение в специальность

по направлению подготовки / специальности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:
Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации

Форма обучения
Очная

Квалификация
Специалист по рекламе и связям с общественностью

Год приема
2024

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
И.В. Гужова

Председатель УМК
М.А. Подойницына

Томск – 2024

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОБК-2.1 Знает основы и принципы профессиональной этики в соответствующей области профессиональной деятельности

РОБК-3.1 Знает средства, функции и принципы профессиональной коммуникации

2. Задачи освоения дисциплины

– Сформировать базовое представление о средствах, функциях и принципах (в том числе, этических) профессиональной коммуникации.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, является обязательной для изучения.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Первый семестр, зачет

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

-лекции: 12 ч.

-практические занятия: 12 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Раздел 1. Soft-скилл в профессиональных коммуникациях специалиста по рекламе и связям с общественностью

Тема 1 Soft-скилл как основа эффективной межличностной коммуникации в профессии (коммуникативные тренинги)

Тема 2 Развитие лидерских качеств и навыков работы в команде (коммуникативные тренинги)

Раздел 2 Профессиональные векторы и компетенции специалиста по рекламе и связям с общественностью

Тема 1 Образовательные треки специалиста по рекламе и связям с общественностью. Формирование профессиональных компетенций в процессе обучения и в университетской среде. Life Long Learning - подход к профессиональному развитию.

Тема 2 Спектр профессий в сфере рекламных и PR-коммуникаций. Место и форматы работы (отделы и должности в государственных и бизнес-организациях, работа

на фрилансе, собственный бизнес). Рождение новых профессий в эпоху цифровых и сетевых коммуникаций.

Тема 3 Карьерные траектории специалиста по рекламе и связям с общественностью. Рынок труда и компетенции специалиста по рекламе и связям с общественностью: анализ запросов работодателей и прогнозирование трендов.

Раздел 3 Погружение в профессиональную деятельность специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Тема 1 Рынок рекламных и PR-услуг (инфраструктура рынка, субъекты регионального, федерального, глобального рынка, регуляторы, тренды развития)

Тема 2 Разнообразие видов деятельности в PR и рекламе. Один день из жизни специалиста по рекламе/связям с общественностью (встречи с выпускниками). Продукт деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Тема 3 Формирование коммуникативного пространства специалиста по рекламе и связям с общественностью. Профессиональные сообщества, конкурсы, мероприятия. Профессиональные медиа. Профессиональные рейтинги. Защита репутации специалиста по рекламе и связям с общественностью в цифровую эпоху.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, выполнения практических творческих заданий (эссе, проект) и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет в первом семестре проводится в формате собеседования по темам дисциплины (вопросы к зачету). Продолжительность зачета 1 час.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в LMS ТГУ - IDO (Moodle) - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) Электронные презентации лекций (высылаются на почту группы).

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

– Кузьмина О. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы: Учебное пособие. - Москва: Издательский Центр РИОР, 2023. - 187 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=437884>

– Синяева И. М.. Реклама и связи с общественностью: учебник / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - Москва: Юрайт, 2023. - 552 с URL: <https://urait.ru/bcode/510610>

– Чилингир Е.Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию: учебное пособие / Чилингир Е.Ю.. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 с. — Текст:

электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95336.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная литература:

- Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно / Ларри Кинг ; пер. с англ. Е. Цыпин ; ред.: С. Огарева, Н. Казакова ; вып. ред. Н Лауфер. - Москва : Альпина Паблшер, 2022. - 222, [1] с. (НБ)
- Корниенко В. И.. Командообразование: учебник / В. И. Корниенко.. - Москва: Юрайт, 2023. - 291 с. URL: <https://urait.ru/bcode/520204> (НБ)
- Кульназарова А. В. Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью: учебник / А. В. Кульназарова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 149 с.— Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128352.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
- Мейер Р. Виртуозное лидерство : как создать собственный репертуар лидерских стилей / Рон Мейер, Рональд Майерс ; пер. с англ. Emprogium Linguae ; под науч. ред. Александры Кочетковой; Рос. акад. народного хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Фед.. - Москва: Дело, 2019. - 387, [1] с. (НБ)
- Отвагина И. Е. Региональный коммуникационный рынок: учебное пособие / И. Е. Отвагина. — Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2021. — 150 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126984.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
- Пантелеева Т. А. Рекламная деятельность: сборник кейсов для практических занятий: учебное пособие и практикум / Т. А. Пантелеева, К. Л. Анищенко. — Москва: Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского, 2023. — 154 с.— Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/133470.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

в) ресурсы сети Интернет:

- Sostav.ru - электронный журнал новостей о рекламе и маркетинге – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://www.sostav.ru/>
- Журнал «Реклама. Теория и практика» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://grebennikon.ru/journal-8.html#volume2024-2>
- Портал Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru>
- Портал Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.akarussia.ru>
- Портал Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ramu.ru>
- Сайт медиахолдинга «Рекламный Дайджест» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rde.ru/>
- Сайт Группы Russ – крупнейшего оператора наружной рекламы – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.russoutdoor.ru/>
- Сайт брендингового агентства «Мелехов и Филюрин» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://m-f.ru/>
- Сайт Advertising Best Collection (ABC Show) - коллекции самых награждаемых видеороликов и печатных работ - победителей ведущих международных рекламных фестивалей. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.abcshow.ru/>
- Сайт Национальной премии в области коммуникаций «Серебряный лучник» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://luchnik.ru/>

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.);

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>
- Общероссийская Сеть Консультант Плюс Справочная правовая система. <http://www.consultant.ru>

в) платформы социальных медиа:

- Вконтакте – российская социальная сеть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com>
- Rutube – российский видеохостинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rutube.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения практических занятий, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Автор программы и преподаватель дисциплины: Гужова И.В., к.филос.н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., д. филос. наук, профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.