

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.О.04	Введение в коммуникационные специальности
----------------	--

Учебный план: _____ ФГОС3++b420301-12_26-14.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:
(специализация) Пиар и управление бизнесом

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
1	УП	34	34	76	36	5	Экзамен, Курсовая работа
	РПД	34	34	76	36	5	
Итого	УП	34	34	76	36	5	
	РПД	34	34	76	36	5	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

старший преподаватель

Кислицына Анастасия
Алексеевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и современных
коммуникаций

Лосева Ольга Сергеевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Лосева О.С.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций и основополагающих знаний о коммуникационной сфере, подготовка к пониманию и выбору профессионального пути в данной области.

1.2 Задачи дисциплины:

- Развить основные общепрофессиональные компетенции, необходимые для успешного старта в коммуникационной сфере.
- Предоставить базовые понятия и ознакомить с ключевыми аспектами коммуникационных профессий, их спецификой и значимостью.
- Определить спектр профессиональных направлений в коммуникационной сфере и помочь в формировании понимания собственных интересов и возможного карьерного пути.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования.

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Знать: специфику использования знаковых и медиа систем в коммуникационных специальностях как сфере профессиональной деятельности
Уметь: применять базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникации как сфере профессиональной деятельности в соответствии с нормами русского и иностранного языков
Владеть: базовыми навыками анализа медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов
ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Знать: особенности современных технических средств и информационно-коммуникационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности
Уметь: подбирать для профессиональной деятельности оптимальные технические и информационно-коммуникационные технологии и платформы
Владеть: навыком создания и обработки систематизированной информации для использования в коммуникационной деятельности
ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
Знать: основные этические и правовые регуляторы, разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности
Уметь: использовать социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
Владеть: навыками планирования и управления возможными последствиями осуществления профессиональной деятельности

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Введение в специальность и выбор профессии в коммуникационной сфере	1				Э,С
Тема 1. Социально-экономические и политическое причины возникновения и развития коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)		2	2	6	
Тема 2. Роль коммуникаций в современном обществе		2	2	6	
Тема 3. Ключевые понятия коммуникационных наук и коммуникационной сферы: информация, коммуникация, массовая информация, медиа, медиасфера, медиапространство, публичность, медиакультура, медиаиндустрия, перспективы развития медиаиндустрии в условия цифровой трансформации среды.		4	6	6	
Раздел 2. Коммуникационные специальности					С
Тема 4. Коммуникационные специальности в государственных структурах, в медиа и креативной индустриях.		4	2	8	
Тема 5. Коммуникационные специальности в структуре профессиональных стандартов. Мониторинг и анализ профессиональных стандартов. Профессиональные требования к специалистам коммуникационных специальностей.		4	6	8	
Тема 6. Мониторинг популярных специальностей в сфере коммуникаций и смежных отраслях. Выявление и отслеживание трендов, анализ сервисов по подбору вакансий. тенденции развития профессий		4	6	8	
Раздел 3. Современное состояние коммуникационной отрасли					С,Т
Тема 7. Коммуникационное агентство. Мониторинг и анализ деятельности профессиональных коммуникационных агентств.		4	2	10	

Тема 8. Профессиональные сообщества и ассоциации в сфере коммуникаций, их мониторинг и анализ. Индустриальные мероприятия в коммуникационной сфере (рекламы и PR). Выставки, фестивали, конкурсы, премии, международные форумы.		4	2	12	
Тема 9. Мониторинг и анализ профессиональных информационных ресурсов по рекламе и PR. журналы, справочники, порталы и сайты. Составление глоссария специалиста по коммуникациям.		4	4	10	
Тема 10. Составление глоссария ключевых понятий для специалиста по коммуникациям		2	2	2	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		34	34	76	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен, Курсовая работа)		2,5		33,5	
Всего контактная работа и СР по дисциплине		70,5		109,5	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта): Цель курсовой работы - определить наиболее подходящую коммуникационную специальность для дальнейшего развития студента, исходя из анализа рынка труда, личных предпочтений и сравнительного изучения основных профессиональных требований.

Задачи:

1. Провести анализ основных коммуникационных специальностей, включая их характеристики и обязанности.
2. Оценить текущее состояние рынка труда в области коммуникаций и определить требования к специалистам.
3. Изучить перспективы развития каждой специальности и выявить основные факторы, влияющие на их актуальность.
4. Проанализировать собственные навыки и интересы студента и сопоставить их с требованиями каждой специальности.
5. Сделать обоснованный выбор предпочтительной коммуникационной специальности и разработать план развития навыков для успешной карьеры.

4.2 Тематика курсовой работы (проекта): "Анализ и сравнительная оценка основных коммуникационных специальностей в современной профессиональной среде"

Задание:

Проведите обзор основных коммуникационных специальностей, включая PR, рекламу, журналистику, маркетинг и связи с общественностью.

Сравните их ключевые аспекты, включая требуемые навыки, обязанности, перспективы карьерного роста и тенденции развития.

Проанализируйте актуальность каждой специальности в контексте современных вызовов и требований рынка труда, а также подбора навыков, необходимых для успешной карьеры в выбранной области.

Сделайте выводы о предпочтительной специальности для карьерного развития в области коммуникаций, обосновав свой выбор и указав необходимые навыки для успешной практики.

4.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта):

Представление результатов должно включать в себя:

Написание курсовой работы в соответствии с требованиями, предъявляемым к курсовым работам.

Презентация проекта с использованием визуальных материалов (например, слайды PowerPoint).

Защита проекта перед преподавателем и аудиторией.

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ОПК-1	характеризует специфику использования знаковых и медиа системы коммуникационных специальностях как сфере профессиональной деятельности. применяет базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникаций как сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами русского и иностранного языков. анализирует медиатексты, медиа и коммуникационные продукты
ОПК-6	описывает особенности современных технических средств и информационно-коммуникационные технологии, используемые в профессиональной сфере. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности оптимальные технические и информационно-коммуникационные технологии. создает и обрабатывает систематизированную информацию для использования в коммуникативной деятельности
ОПК-7	описывает основные этические и правовые регуляторы, разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности. Использует социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. Выявляет возможные эффекты планирования и управления возможными последствиями осуществления профессиональной деятельности

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Дает полный и исчерпывающий ответ, демонстрирует глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	Работа выполнена в полном соответствии с требованиями, материал обширный и глубоко проработан. Структура логична, оформление соответствует стандартам. Студент демонстрирует полное понимание темы, уверенно отвечает на вопросы преподавателя, аргументированно защищает свои выводы
4 (хорошо)	Ответ полный, стандартный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. В целом ответ демонстрирует качественные знания, основанные на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.	Работа соответствует основным требованиям, материал раскрыт достаточно полно, но есть незначительные недочеты в содержании или оформлении. Студент в целом понимает тему, но при ответах на вопросы допускает небольшие неточности или испытывает затруднения в деталях
3 (удовлетворительно)	Ответ демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. при понимании сущности предмета в целом-существенные ошибки в знаниях по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов.	Работа выполнена с недочетами, не полностью соответствует требованиям, материал изложен поверхностно, анализ недостаточно глубокий. оформление имеет заметные недочеты. Студент слабо ориентируется в теме, затрудняется с ответами на вопросы, выводы слабо аргументированы.
2 (неудовлетворительно)	Очевидно или непонимание заданного вопроса или неспособность ответить	Работа не соответствует требованиям, материал не раскрыт, анализ отсутствует или некорректен. оформление не соответствует стандартам. Студент не понимает тему, не может ответить на базовые вопросы, защита работы не состоялась

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 1	

1	Коммуникационные науки
2	Медиакультура и медиаиндустрия
3	Медиасфера и публичная сфера
4	Конвергенция в СМИ
5	Атрибуты медиа
6	Информация и коммуникация
7	Определение СМИ и их классификация
8	Основные участники рекламной отрасли их функциональные отличия
9	Саморегулирование в СМИ, рекламе и PR
10	Профессиональные информационные ресурсы по рекламе и PR. Журналы, справочники, сайты
11	Профессии в сфере рекламы и PR
12	Структура специальностей в сфере коммуникаций
13	Индустриальные мероприятия в сфере рекламы и PR. Выставки, фестивали, конкурсы
14	Что такое PR?
15	Признаки социальных коммуникаций
16	Классификация коммуникаций
17	основные определения и понятия в сфере коммуникаций
18	Тенденции развития профессий в коммуникационной сфере
19	Цифровая трансформация публичной сферы
20	Какие социально-экономические факторы способствовали развитию коммуникаций, включая рекламу и PR, в XIX веке?
21	Какие политические факторы оказали влияние на развитие коммуникаций, включая рекламу и PR, в XX веке?
22	Какие факторы влияют на эволюцию коммуникаций, рекламы и PR в современном мире?
23	Медиаполитика и медиакратия
24	Целевая аудитория
25	Что такое медиа?
26	Российский Кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (РАСО, 2001 г.).
27	Премии в области рекламы и PR. Международные форумы.
28	Объекты исследований коммуникаций по схеме Гарольда Лассуэлла.

6.3.2 Типовые тестовые задания

- Какие из перечисленных компетенций НЕ требуются для работы в сфере коммуникаций?
 - Умение анализировать данные и составлять отчеты.
 - Навыки ведения переговоров и управления конфликтами.
 - Знание основ программирования и создание веб-сайтов.
 - Владение навыками планирования и организации мероприятий.
- Какие из предложенных знаний и навыков НЕ являются важными для PR-специалиста?
 - Создание PR-кампаний и разработка стратегий продвижения.
 - Управление корпоративной культурой и внутренними коммуникациями.
 - Разработка алгоритмов и программирование.
 - Анализ данных и оценка эффективности коммуникационных стратегий.
- К основным направлениям PR-деятельности относятся (3 правильных ответа):
 - Событийный маркетинг
 - Все перечисленные
 - Антикризисные коммуникации
 - Паблсити
 - Позиционирование товаров
 - Политический консалтинг
 - Пропаганда
 - Медиарилейшнз
- Укажите факторы функционирования PR как социального института (4 верных ответа):
 - конкуренция
 - развитие коммуникаций
 - развитие маркетинга
 - влияние групп общественности на функционирование предприятия
 - демократия
 - развитие массмедиа
 - развитие цифровых технологий

5. Какие из перечисленных задач НЕ связаны с работой PR-специалиста?

- а) Создание рекламных баннеров и логотипов.
- б) Взаимодействие с журналистами и подготовка пресс-релизов.
- в) Управление контентом на социальных медиа платформах.
- г) Организация строительных работ и управление проектами.

6. Укажите, что входит в маркетинговый комплекс предприятия (6 правильных ответа):

- а. Изучение конкурентов
- б. Персональные продажи и прямой маркетинг
- в. Таргеттинг
- г. Стимулирование сбыта
- д. Интернет-маркетинг
- е. Интерактивный маркетинг
- ж. Паблик рилейшнз
- з. Реклама
- и. Событийный маркетинг

7. Укажите, что не является значением термина "коммуникация" (3 верных ответа):

- а. человеческое общение, контакты, связи между людьми
- б. связь, осуществляемая посредством технических устройств, средства сообщения
- в. любые сведения, принимаемые и передаваемые, сохраняемые различными источниками
- г. сбор, обработка и распространение информации с помощью медиа
- д. процесс передачи информации
- е. взаимодействие с "лидерами мнений"

8. Назовите главное отличие рекламы от PR:

- а) проводится через средства массовой информации;
- б) ориентирована на привлечение внимания потенциального потребителя услуг;
- в) имеет односторонний характер;
- г) направлена на реализацию товаров и услуг.

9. Художественно-проектная деятельность, направленная на создание визуальной программы или системы – это:

- а) графический дизайн
- б) граффити
- в) система айдентики
- г) брендинг.

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Подберите и охарактеризуйте ряд письменных форм информирования СМИ о деятельности компании

2. Назовите цифровые инструменты коммуникационной сферы (схема ответа -название сервиса, ссылка, назначение, операция, описание)

3. Проведите исследование требований к профессионалам в различных сферах коммуникаций (например, PR, маркетинг, журналистика) с целью выявления ключевых навыков и компетенций.

4. Выберите одну из профессиональных сфер коммуникаций и проводят анализ трендов, основных игроков на рынке, типичных задач и вызовов, с которыми сталкиваются специалисты этой сферы.

5. Проведите интервью с профессионалами в сфере коммуникаций (например, PR-менеджерами, журналистами, маркетологами) для изучения их опыта работы, ключевых навыков и советов для начинающих специалистов.

6. Составьте портфолио, включающее в себя примеры своих работ (например, статьи, рекламные материалы, пресс-релизы), а также описание своих навыков, интересов и карьерных целей в области коммуникаций.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☒ Письменная ☒ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проводится в устной форме. Обучающийся получает 1 вопрос и 1 практико-ориентированное задание. На подготовку ответа по билету, обучающемуся дается 20 минут. Во время сдачи экзамена обучающемуся не разрешается пользоваться словарями, справочниками и иными учебно-методическими и научными материалами по изученному курсу, а также интернетом. При ответе на билет обучающийся должен быть способен связно излагать (не читать) подготовленный ответ и свободно переходить к ответам на вопросы преподавателя. В итоговой оценке учитываются результаты всех этапов (вопрос, задание)

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Бердников, И. П., Стрижова, А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2021	https://www.iprbooks.hop.ru/99362.html
Ромат Е., Сендеров Д.	Реклама: Учебник для вузов. 8-е изд. Стандарт третьего поколения. — (Серия «Учебник для вузов»)	Санкт-Петербург: Питер	2022	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=379960
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Воеводина Е.В. сост.	Социология массовых коммуникаций: Практикум для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата)	Москва: Прометей	2020	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=367953
Шарков Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие. — 2-е изд., стер.	Москва: Дашков и К	2020	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=378592

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional 2013

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска

Учебная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
-------------------	---