

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.07

Деловые коммуникации в профессиональной деятельности

Учебный план: ФГОС3++b420301РЦС-1_26-14.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

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

Профиль подготовки:
(специализация) Реклама в цифровой среде

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				
3	УП	17	34	57	36	4	Экзамен
	РПД	17	34	57	36	4	
Итого	УП	17	34	57	36	4	
	РПД	17	34	57	36	4	

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):

Кандидат социологических наук, доцент

Жигалова
Григорьевна

Наталья

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и современных
коммуникаций

Лосева О.С.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Бескровная В.А.

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

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	3				Э,С
Тема 1. Социально-экономические и политическое причины возникновения и развития коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)		2	2	2	
Тема 2. Роль коммуникаций в современном обществе		2	2	2	
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.		2	6	2	
Раздел 2. Коммуникационные специальности					С
Тема 4. Коммуникационные специальности в государственных структурах, в медиа и креативной индустриях.		2	2	4	
Тема 5. Коммуникационные специальности в структуре профессиональных стандартов. Мониторинг и анализ профессиональных стандартов. Профессиональные требования к специалистам коммуникационных специальностей.		2	6	4	
Тема 6. Мониторинг популярных специальностей в сфере коммуникаций и смежных отраслях. Выявление и отслеживание трендов, анализ сервисов по подбору вакансий. тенденции развития профессий		2	6	8	
Раздел 3. Современное состояние коммуникационной отрасли					С,Т
Тема 7. Коммуникационное агентство. Мониторинг и анализ деятельности профессиональных коммуникационных агентств.		2	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.		1	2	12	
Тема 9. Мониторинг и анализ профессиональных информационных ресурсов по рекламе и PR. журналы, справочники, порталы и сайты. Составление глоссария специалиста по коммуникациям.		1	4	11	
Тема 10. Составление глоссария ключевых понятий для специалиста по коммуникациям		1	2	2	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	57	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		33,5	
Всего контактная работа и СР по дисциплине		53,5		90,5	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

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 системе 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

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.	
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.	
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.	
2 (неудовлетворительно)	Очевидно или непонимание заданного вопроса или неспособность ответить	

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 3	
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

6.3.2 Типовые тестовые задания

1. Какие из перечисленных компетенций НЕ требуются для работы в сфере коммуникаций?

- а) Умение анализировать данные и составлять отчеты.
- б) Навыки ведения переговоров и управления конфликтами.
- в) Знание основ программирования и создание веб-сайтов.
- г) Владение навыками планирования и организации мероприятий.

2. Какие из предложенных знаний и навыков НЕ являются важными для PR-специалиста?

- а) Создание PR-кампаний и разработка стратегий продвижения.
- б) Управление корпоративной культурой и внутренними коммуникациями.
- в) Разработка алгоритмов и программирование.
- г) Анализ данных и оценка эффективности коммуникационных стратегий.

3. К основным направлениям PR-деятельности относятся (3 правильных ответа):

- а. Событийный маркетинг
- б. Все перечисленные
- в. Антикризисные коммуникации
- г. Паблсити
- д. Позиционирование товаров
- е. Политический консалтинг
- ж. Пропаганда
- з. Медиарилейшнз

4. Укажите факторы функционирования PR как социального института (4 верных ответа):

- а. конкуренция
- б. развитие коммуникаций
- в. развитие маркетинга

- г. влияние групп общественности на функционирование предприятия
- д. демократия
- е. развитие массмедиа
- ж. 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
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Бердников И. П., Стрижова А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83123.html
Чумиков, А. Н., Бочаров, М. П., Тишкова, М. В.	PR в Интернете: web 1.0, web 2.0, web 3.0	Москва: Альпина Пабблишер	2020	https://www.iprbooks.hop.ru/96860.html
Воеводина Е.В. сост.	Исследование общественного мнения: 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=367952
Анашкина, Н. А., Ткаченко, О. Н., Шматко, М. В.	Практическая подготовка студентов направления «Реклама и связи с общественностью»	Омск: Омский государственный технический университет	2020	https://www.iprbooks.hop.ru/115440.html
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
Чилингир, Е. Ю.	Реклама и связи с общественностью: введение в профессию	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/95336.html

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