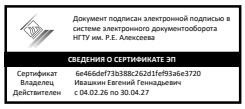
МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева» (НГТУ)

Институт экономики и управления (ИНЭУ)
(Полное и сокращенное название института, реализующего данное направление)



УТВЕРЖДАЮ:
Директор института:
_____ С.Н. Митяков
подпись ФИО
“16” _мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.6.1 Введение в коммуникационные специальности
(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)

для подготовки бакалавров

Направление подготовки: 42.03.01Реклама и связи с общественностью

Направленность: Продвижение средств массовой информации

Форма обучения: очная, заочная
Год начала подготовки 2023

Выпускающая кафедра СОМиК

Кафедра-разработчик СОМиК

Объем дисциплины 108/3
часов/з.е
Промежуточная аттестация зачет
Разработчик: Зайцева Е.А., к.э.н., доцент

НИЖНИЙ НОВГОРОД, 2023 г.

Рабочая программа дисциплины: разработана в соответствии с Федеральным государственным
образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08 июня 2017 года № 512 на основании учебного плана принятого УМС НГТУ

протокол от 06.04.2023 № 16

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры разработчика протокол от 20.04.2023 № 4
Зав. кафедрой к.э.н, доцент _____Е.А. Зайцева
(подпись)
Программа рекомендована к утверждению ученым советом института ИНЭУ, Протокол от 16.05.2023 № 4.

Рабочая программа зарегистрирована в УМУ регистрационный № 42.03.01-п-23
Начальник МО _____

Заведующая отделом комплектования НТБ _____ Н.И. Кабанина
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ 3

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 4

1.1 Цель освоения дисциплины: 4
1.2 Задачи освоения дисциплины (модуля): 4

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 4

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 9

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам 9
4.2 Содержание дисциплины, структурированное по темам 11
Раздел 2. Маркетинговая среда фирмы. Организация и планирование маркетинга в организации**Ошибка! Закладка н**

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ. 14

5.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности 14
5.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания 15

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 18

6.1 Учебная литература 18
6.2 Справочно-библиографическая литература 18
6.3 Перечень журналов по профилю дисциплины: 18
6.4 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям 19

7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 19

7.1 Перечень информационных справочных систем 19
7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства необходимого для освоения дисциплины 19
7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем 19

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ 20

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ 20

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ . 21

10.1 Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии 21
10.2 Методические указания для занятий лекционного типа 22
10.3 Методические указания по освоению дисциплины на практических работах 22
10.4 Методические указания по самостоятельной работе обучающихся 22

11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 23

11.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости 23
11.2 Типовые задания к практическим занятиям 23
11.3 Типовые вопросы (задания) для устного (письменного) опроса 23
11.4 Типовые тестовые задания 23
11.5 Типовые ситуационные задачи 24

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является получение представлений о коммуникационных специальностях

.

1.2 Задачи освоения дисциплины (модуля):

- основные понятия теории коммуникаций;
- типы деловых коммуникаций;
- ознакомить с примерами работы специалистов по коммуникации;
- ознакомить с перечнем задач, решаемых специалистами по коммуникациям.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина «Введение в коммуникационные специальности»включена в обязательный перечень дисциплин обязательной части образовательной программы вне зависимости от ее направленности (профиля).Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП, по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на следующих дисциплинах: обществознание, культурология, история.

Дисциплина «Введение в коммуникационные специальности» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: маркетинг, социология, политология, интегрированные коммуникации, профессионально-ознакомительная практика, организация и проведение коммуникационных кампаний, менеджмент в рекламе и связях с общественностью, основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, а также при выполнении выпускной квалификационной работы.

Рабочая программа дисциплины «Введение в коммуникационные специальности. Маркетинг» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)[1]

Таблица 1 – Формирование компетенций по дисциплинам

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры, формирования дисциплины Компетенции берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра»							
	1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*
Код компетенции ОПК-4								
Введение в коммуникационные специальности	*							
Маркетинг		*						
Социология				*				
Политология				*				
Профессионально-		*		*				

ознакомительная практика								
Теория и практика связей с общественностью			*	*				
Теория и практика рекламы				*	*			
Социология рекламы и связей с общественностью				*				
Психология рекламы и связей с общественностью					*			
Основы корпоративной культуры					*			
Интегрированные коммуникации						*		
Основы проведения коммуникационных кампаний						*		
Выставочная работа						*		
Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью							*	
Менеджмент в рекламе и связях с общественностью							*	
Основы брендменеджмента							*	
Антикризисные связи с общественностью							*	
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								*
Код компетенции ОПК-5								
Введение в коммуникационные специальности	*							
Экономика		*						
Теория и практика массовой информации		*	*					
История рекламы и связей с общественностью		*						
Профессионально-ознакомительная практика		*		*				
Основы теории коммуникаций			*					
Правовое регулирование связей с общественностью и ре-				*				

кламы								
Международные отношения					*			
Организация и проведение коммуникационных кампаний						*		
Этическое регулирование связей с общественностью							?	
Антикризисные связи с общественностью							*	
Современная пресс-служба							*	
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								*

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП

Таблица 2 – Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства	
			Текущего контроля	Промежуточной

						аттестации
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	**ИОПК-4.1.** Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.	Знать: - базовыезапросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в системе коммуникаций	Уметь: - отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в системе коммуникаций	Владеть: - навыками определениязапросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности в системе коммуникаций	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тестирование	Вопросы для устного собеседования (35 вопросов)
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	**ИОПК-5.1.** Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знать: тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Уметь: - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационых систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Владеть: - навыками определениязапросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности в системе коммуникаций	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тестирование	Вопросы для устного собеседования (35 вопросов)
	ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.	Знать: - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Уметь: - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационых систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Владеть: - навыками определениязапросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности в системе коммуникаций	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тестирование	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работпо семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3зач.ед. 108 часов, распределение часов по видам работ семестрам представлено в таблице 3.

Таблица 3

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Для студентов очного обучения

Вид учебной работы	**Трудоёмкость в час**	
	Всего час.	**В т.ч. по семестрам**
		1 сем
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	**108**	**108**
1. Контактная работа:	**39**	**39**
1.1.Аудиторная работа,в том числе:	**34**	**34**
занятия лекционного типа (Л)	17	17
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	17	17
лабораторные работы (ЛР)		
1.2.**Внеаудиторная, в том числе**		
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	5	5
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
2. Самостоятельная работа (СРС)	**69**	**69**
реферат/эссе (подготовка)		
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)		
контрольная работа		
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)		
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	69	69
Подготовка к зачёту (контроль)	3	3

Для студентов заочного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час	
	Всего час.	**В т.ч. по семестрам**
		1 курс
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	**108**	**108**
1. Контактная работа:	**17**	**17**
1.3.Аудиторная работа,в том числе:	**12**	**12**
занятия лекционного типа (Л)	4	4
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	8	8
лабораторные работы (ЛР)		
1.4.**Внеаудиторная, в том числе**		
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	5	5
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
2. Самостоятельная работа (СРС)	**87**	**87**
реферат/эссе (подготовка)		
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)		
контрольная работа		
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)		
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	87	87
Подготовка к зачёту(контроль)	4	4

4.2Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4.1–Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов очного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения:код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические					
1 семестр									
ОПК-4 ИОПК-4.1 ОПК-5 ИОПК-5.1 ИОПК-5.2	**Тема 1.** Социально-экономические и политические причины возникновения и развития коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) как профессии	2		2	9	Подготовка к лекциям и практическим занятиям в учебном пособии, размещенном на сайте	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 2. Роль коммуникаций в современном гражданском обществе и рыночной экономике	2		2	10	Подготовка к лекциям и практическим занятиям в учебном пособии, размещенном сайте	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 3. Основные профессиональные термины и понятия	4		4	10	Подготовка к лекциям и практическим занятиямв учебном пособии, раз-	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения:код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов				
		Лекции	Лабораторные работы	практические					
						мещенном на сайте			
	Тема 4. Профессиональные требования к специалисту коммуникационных специальностей и их функции	2		2	10	Подготовка к лекциям и практическим занятиям в учебном пособии, размещенном на сайте	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 5. Регулирование деятельности в сфере коммуникационных специальностей	3		3	10	Подготовка к лекциям и практическим занятиям в учебном пособии, размещенном на сайте	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 6. Основные организационные структуры в данной сфере деятельности	2		2	10	Подготовка к лекциям и практическим занятиям в учебном пособии, размещенном на	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения:код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические					
						сайте			
	Тема 7. Коммуникационные специальности в государственных структурах	2		2	10	Подготовка к лекциям и практическим занятиям в учебном пособии, размещенном на сайте	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Итого по курсу	17		17	69				

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

5.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

1. Тесты для текущего и промежуточного контроля знаний обучающихся.

Пример:

Вариант 1

1. Каков главный принцип взаимодействия с внешней средой в связях с общественностью:
   а)обеспечение обратной связи
   б) полнота направляемой информации
   в) регулярность информирования

2.Какова история возникновения связей с общественностью как сферы деятельности:
   а) зародились в России в период сталинизма
   б) зародились в Японии 200 лет назад
   в) зародились в США более 100 лет назад

3.Кто автор первого учебника по связям с общественностью, переведенного на русский язык:
   а) Ф.Котлер
   б) С.Блэк
   в) Э.Бернайс

4. Под понятием продвижение товара чаще всего понимают _____ товара…
   а) стимулирование сбыта
   б) продажу
   в) рекламу
   г) доставку

Вариант2

1.Какое мнение о работе пресс-секретаря вы считаете верным:
   а) это журналист, но зарплату получает не в редакции
   б) это журналист, который не способен работать творчески, поэтому идет служить во власть
   в) работа пресс-секретаря требует особой квалификации, не каждый журналист может быть пресс-секретарем

2. Какое высказывание о пресс-релизе верное:
   а) направляется во все организации и СМИ
   б) можно отправлять только в СМИ
   в) отправляется только почтой

3. Проведение презентаций – важное событие для организации. Выберите верный вариант:
   а) на презентацию могут прийти все желающие
   б) журналисты должны быть приглашены обязательно
   в) презентация в основном проводится для важных персон, от которых зависит будущее организации

4. Кто такие «лидеры общественного мнения»:
   а) «лидеры мнения» всегда занимают ответственные должности
   б) «группы влияния» и «лидеры мнения» - понятия идентичные
   в) «лидеры мнения» проявляются только в период обсуждения проблем

1. Вопросы и ситуационные задачи для подготовки к контрольным мероприятиям (текущий контроль)

1. Подготовить доклад с презентацией о выбранной студентом медийной личности из сферы коммуникаций
2. По итогам посещений различных СМИ (печатное, телевидение) подготовить краткие сообщения для сети Интернет

1. Перечень вопросов, выносимых на итоговую аттестацию (зачет)
    1. В чем заключается специфика связей с общественностью
    2. Какие действия понимаются под PR-технологиями
    3. Дайте характеристику PR-технологиями
    4. Как следует понимать организационное консультирование. Что представляют собой PR-службы
    5. От каких факторов зависит выбор средств PR-службы
    6. Чем определяется характер и содержание PR
    7. Какие виды деятельности характеризуют PR
    8. Охарактеризуйте сильные стороны российского PR
    9. Дайте определение научного базиса PR
    10. Каковы перспективы развития PR в России
    11. Принципы, на которых должны строиться взаимоотношения PR-специалиста и журналистов
    12. Какие факторы необходимо учитывать при выборе СМИ для освещения PR-акции
    13. Основные сферы деятельности PR-бизнеса
    14. Место электронных СМИ в PR-деятельности
    15. Регулирование деятельности по связям с общественностью
    16. Роль связей с общественностью в гражданском обществе
    17. Функции специалиста по связям с общественностью
    18. История возникновения рекламы
    19. Современная роль рекламы
    20. Реклама как метод управления людьми
    21. Коммуникативная эффективность рекламы
    22. Реклама в СМИ

5.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Таблица 5 При текущем контроле (контрольные недели) и оценка выполнения практических работ

Шкала оценивания	**Экзамен/ Зачет с оценкой**	**зачет**
40<R<=50	Отлично	зачет
30<R<=40	Хорошо	
20<R<=30	Удовлетворительно	
O<R<=20	Неудовлетворительно	незачет

При итоговом контроле успеваемость студентов оценивается по системе «экзамен»: отлично, хорошо, удовлетворительно или неудовлетворительно

.

Таблица 6 –Критерии оценивания результата обучения по дисциплине и шкала оценивания

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения			
		Оценка **«неудовлетворительно»** / «не зачтено» 0-59% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка **«удовлетворительно»** / «зачтено» 60-74% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка **«хорошо»** / «зачтено» 75-89% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка **«отлично»** / «зачтено» 90-100% от max рейтинговой оценки контроля
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	**ИОПК-4.1.** Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.	Изложение учебного материала бессистемное, не может применить базовые положения формирования товарную, ценовую политики фирмы, а также политику распространения и продвижения	Фрагментарные, поверхностные знания базовых положений формирования товарную, ценовую политики фирмы, а также политику распространения и продвижения при решении профессиональных задач	Владеет знаниями и навыками применения базовых положений формирования товарную, ценовую политики фирмы, а также политику распространения и продвижения при решении профессиональных задач; допускает незначительные ошибки, которые сам исправляет; комментирует выполняемые действия не всегда точно.	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно применяет базовые положения формирования товарную, ценовую политики фирмы, а также политику распространения и продвижения при решении профессиональных задач.
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	**ИОПК-5.1.** Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Изложение учебного материала бессистемное, не может применить базовые положения развития медиакоммуникационых систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Фрагментарные, поверхностные знания базовых положений развития медиакоммуникационых систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования при решении профессиональных задач	Владеет знаниями и навыками применения базовых положений развития медиакоммуникационых систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования при решении	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно применяет базовые положения формирования товарную, ценовую политики фирмы, а также полити-

				профессиональных задач; допускает незначительные ошибки, которые сам исправляет; комментирует выполняемые действия не всегда точно.	ку распространения и продвижения при решении профессиональных задач.
	ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.	Изложение учебного материала бессистемное, не может применить базовые положения развития медиакоммуникационых систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Фрагментарные, поверхностные знания базовых положений развития медиакоммуникационых систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования при решении профессиональных задач	Владеет знаниями и навыками применения базовых положений развития медиакоммуникационых систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования при решении профессиональных задач; допускает незначительные ошибки, которые сам исправляет; комментирует выполняемые действия не всегда точно.	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно применяет базовые положения формирования товарную, ценовую политики фирмы, а также политику распространения и продвижения при решении профессиональных задач.

Таблица 7. Критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания
Высокиий уровень «5» (отлично) – «зачет»	оценку **«отлично»** заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо) – «зачет»	оценку **«хорошо»** заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно) – «зачет»	оценку **«удовлетворительно»** заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно) – «незачет»	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

6.1.1. Синяева И. М., Романенкова О. Н., Жильцов Д. А. Реклама и связи с общественностью : Учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов - М.: Юрайт, 2013. - 553 с.

6.1.2 Пушина Н.В., Бандура Г.А., Морозова Ж.В. Введение в профессию/ специальность: общие компетенции профессионала: Практикум/ Пушина Н.В., Бандура Г.А., Морозова Ж.В.- М.: Лань, 2021

6.1.3. Кривоносов А.Д. , Филатова О. Г., Шишкина М. А.
Основы теории связей с общественностью: Учебник / А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина - СПб.: Питер, 2011. - 376 с.

6.2.Справочно-библиографическая литература

6.2.1 Барежев В.А, Малькевич А. А. Организация и проведение PR-кампаний / В.А. Барежев, А.А. Малькевич - СПб. : Питер, 2010. - 167 с.

6.2.2.Муромцева А.В. Искусство презентации. Основные правила и практические рекомендации / А.В. Муромцева - М.: Флинта; Наука, 2013. - 111 с.

6.2.3. Коноваленко М. Ю., Коноваленко В. А. Теория коммуникации: Учебник для бакалавров / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко - М.: Юрайт, 2014. - 416 с.

6.2.4. Крайнов Г.Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR/Крайнов Г.Н.- М.: Лань. 2021

6.3.Перечень журналов по профилю дисциплины:

6.3.1 Журнал «Event-маркетинг». – режим доступа:https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=38047

6.3.2. Журнал «Маркетинговые коммуникации». – Режим доступа: https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=10304

6.3 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

Методические рекомендации по дисциплине «Введение в коммуникационные специальности» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», всех форм обучения / Зайцева Е.А.. – Н. Новгород: НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2022.

7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный процесс по дисциплине обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав по дисциплине определен в настоящей РПД и подлежит обновлению при необходимости).

7.1 Перечень информационных справочных систем

Таблица 8. Перечень электронных библиотечных систем

№	Наименование ЭБС	Ссылка к ЭБС
1	Консультант студента	http://www.studentlibrary.ru/
2	Лань	https://e.lanbook.com/
3	Юрайт	https://biblio-online.ru/
4	E-LIBRARY.ru	http://elibrary.ru/defaultx.asp

7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства необходимого для освоения дисциплины

Таблица 9. Программное обеспечение

Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе	Программное обеспечение свободного распространения
MicrosoftWindows 7 (подписка MSDN 4689, подписка DreamSparkPremium, договор № Tr113003 от 25.09.14)	Adobe Acrobat Reader (FreeWare) https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html
Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655)	OpenOffice (FreeWare) https://www.openoffice.org/ru/

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

В таблице9указан перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ (удаленный доступ). Данный перечень подлежит обновлению в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

В данном разделе могут быть приведены ресурсы (ссылки на сайты), на которых можно найти полезную для курса информацию, в т.ч. статистические или справочные данные, учебные материалы, онлайн курсы и т.д.

Таблица 9 - Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№	Наименование профессиональной базы данных, информационно-справочной системы	Доступ к ресурсу (удаленный доступ с указанием ссылки/доступ из локальной сети университета)
1	2	3
1	Единый архив экономических и социологических данных	http://sophist.hse.ru/data_access.shtml

8.ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ

В таблице10указанперечень образовательных ресурсов, имеющих формы, адаптированные к ограничениям их здоровья, а также сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. При заполнении таблицы может быть использована информация, размещенная в подразделе «Доступная среда» специализированного раздела сайта НГТУ «Сведения об образовательной организации»https://www.nntu.ru/sveden/accenv/

Таблица 10 – Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ

№	Перечень образовательных ресурсов, приспособленных для использования инвалидами и лицами с ОВЗ	Сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования
1	ЭБС «Консультант студента»	озвучка книг и увеличение шрифта
2	ЭБС «Лань»	специальное мобильное приложение - синтезатор речи, который воспроизводит тексты книг и меню навигации
3	ЭБС «Юрайт»	версия для слабовидящих

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения занятий по дисциплине, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения

В таблице 11 перечислены:

— учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

— помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые должны оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную. информационно-образовательную среду НГТУ.

Таблица 11 –Оснащенность аудиторий и помещений для самостоятельной работы студентов по дисциплине

№	Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность аудиторий помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	**6302** учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; г. Нижний Новгород, Казанское	1. Доска меловая - 1 шт. 2. Экран - 1 шт. 2. Мультимедийный проектор Epson efn-121 - 1 шт. 3. Ноутбук Sony Vaio: Intel Core2Duo@1.8 Ghz; 2Gb озу; (переносной) - 1 шт. 4. Рабочее место студента - 36 5. Рабочее место преподавателя – 1	1. Windows XP, Prof, S/P3 (подписка Dream Spark Premium, договор №Tr113003 от 25.09.14); 2. Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); 3. Dr.Web (с/н S684-LRQ5-U7NH-BE97 от 11.05.22)

	ш., 12		

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1 Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

— балльно-рейтинговая технология оценивания;

— разбор конкретных ситуаций.

При преподавании дисциплины «Социология религии», используются современные образовательные технологии, позволяющие повысить активность студентов при освоении материала курса и предоставить им возможность эффективно реализовать часы самостоятельной работы.

На лекциях, практических занятиях реализуются интерактивные технологии, приветствуются вопросы и обсуждения, используется личностно-ориентированный подход, технология работы в малых группах, что позволяет студентам проявить себя, получить навыки самостоятельного изучения материала, выровнять уровень знаний в группе.

Все вопросы, возникшие при самостоятельной работе над домашним заданием, подробно разбираются на практических занятиях и лекциях. Проводятся индивидуальные и групповые консультации с использованием, как встреч студентами, так и современных информационных технологий: чат, электронная почта, ZOOM.

Инициируется активность студентов, поощряется задание любых вопросов по материалу, практикуется индивидуальный ответ на вопросы студента, рекомендуются методы успешного самостоятельного усвоения материала в зависимости от уровня его базовой подготовки.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции применяется балльно-рейтинговаясистема контроля и оценки успеваемости студентов в процессе текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с учетом текущей успеваемости.

Результат обучения считается сформированным на повышенном уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, использует в ответе дополнительный материал. Все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты, проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Результат обучения считается сформированным на пороговом уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже трех по оценочной системе, что соответствует допороговому уровню.

10.2 Методические указания для занятий лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины (Таблица 4). Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конспекты лекций находятся в Методических рекомендациях по дисциплине «Введение в коммуникационные специальности» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», всех форм обучения / Е.А.Зайцева, – Н. Новгород: НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2022.

10.3 Методические указания по освоению дисциплины на практических работах

Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- умение решать ситуационные задачи;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Задания к практическим работам описаны в Методических рекомендациях по дисциплине «Введение в коммуникационные специальности» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», всех форм обучения / Е.А.Зайцева. – Н. Новгород: НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2022.

10.4 Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 6.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут работать на компьютере в специализированных аудиториях для самостоятельной работы

(указано в таблице 11). В аудиториях имеется доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Указания к самостоятельной работе изложены в Методических рекомендациях по дисциплине «Введение в коммуникационные специальности» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», всех форм обучения / Е.А.Зайцева. – Н. Новгород: НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2022.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

11.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля знаний студентов по дисциплине проводится **комплексная оценка знаний,** включающая:

- проведение контрольных работ;
- обсуждение теоретических вопросов;
- решение ситуационных задач;
- тестирование;
- экзамен.

11.2 Типовые задания к практическим занятиям

1. Подготовить доклад и презентацию о любой медийной личности как представителя коммуникационной специальности
2. Во время экскурсии в редакцию СМИ и/или на телевидение ознакомиться с их работой
3. Подготовить короткое сообщение для сети Интернет по итогам посещения СМИ

11.3Типовые вопросы (задания) для устного (письменного) опроса

1.Кто основные теоретики современных связей с общественностью
2. Законы, регулирующие рекламу в РФ
3.Этические нормы в рекламе
4.Понятие целевой аудитории связей с общественностью
5. Понятие целевой аудитории рекламы

11.4 Типовые тестовые задания

2. Каков главный принцип взаимодействия с внешней средой в связях с общественностью:
   а)обеспечение обратной связи
   б) полнота направляемой информации
   в) регулярность информирования

2.Какова история возникновения связей с общественностью как сферы деятельности:
   а) зародились в России в период сталинизма
   б) зародились в Японии 200 лет назад
   в) зародились в США более 100 лет назад

3.Кто автор первого учебника по связям с общественностью, переведенного на русский язык:

а) Ф.Котлер

б) С.Блэк

в) Э.Бернайс

4. Под понятием продвижение товара чаще всего понимают _____ товара…

а) стимулирование сбыта

б) продажу

в) рекламу

г) доставку

Вариант2

1.Какое мнение о работе пресс-секретаря вы считаете верным:

а) это журналист, но зарплату получает не в редакции

б) это журналист, который не способен работать творчески, поэтому идет служить во власть

в) работа пресс-секретаря требует особой квалификации, не каждый журналист может быть пресс-секретарем

2. Какое высказывание о пресс-релизе верное:

а) направляется во все организации и СМИ

б) можно отправлять только в СМИ

в) отправляется только почтой

3. Проведение презентаций – важное событие для организации. Выберите верный вариант:

а) на презентацию могут прийти все желающие

б) журналисты должны быть приглашены обязательно

в) презентация в основном проводится для важных персон, от которых зависит будущее организации

4. Кто такие «лидеры общественного мнения»:

а) «лидеры мнения» всегда занимают ответственные должности

б) «группы влияния» и «лидеры мнения» - понятия идентичные

в) «лидеры мнения» проявляются только в период обсуждения проблем

11.5 Типовые ситуационные задачи

1.Вам необходимо организовать пресс-конференцию к важному событию вашего университета (например – юбилей). Составьте план вашей деятельности.

2. Подготовьте сообщение для соцсетей и для СМИ.

3. Объясните разницу этих сообщений.

Полный фон оценочных средств для проведения промежуточной аттестации размещен в Методических рекомендациях по дисциплине «Введение в коммуникационные специальности» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», всех форм обучения / Е.А.Зайцева. – Н. Новгород: НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2022.

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института ИНЭУ

_____
“____”_____201__ г.

Лист актуализации рабочей программы дисциплины
Б.1.Б.6.1.«Введение в коммуникационные специальности»
индекс по учебному плану, наименование

для подготовки бакалавров
Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность: «Продвижение средств массовой информации»
Форма обучения очная, заочная
Год начала подготовки: 202

Курс 1
Семестр 1
а) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 20__ г. начала подготовки.
б) В рабочую программу вносятся следующие изменения (указать на какой год начала подготовки):

1) ……..;
2) ……..;
3) ……

Разработчик (и): _____
(ФИО, ученая степень, ученое звание)
«__»_____202_г.
Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры СОМиК
_____ протокол № _____ от «__» _____202__г.

Заведующий кафедрой Е.А. Зайцева

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий выпускающей кафедрой СОМиК _____«__» _____ 202_г.

Методический отдел УМУ:_____ «__» _____202_ г.