

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 31.05.2023 19:45:52
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Приложение №6
к «Структуре, требованиям и порядку разработки ОП ВО»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
(Шаблон РПД и требования к её формированию)

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса
Лумумбы»**

Филологический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в специальность

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Реклама и связи с общественностью / бакалавриат

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Введение в специальность» является формирование у студентов начальных знаний и базовых представлений, которые помогли бы им на протяжении всего курса обучения ориентироваться в области профессиональной деятельности «Реклама и связи с общественностью».

Развитие интереса к будущей профессии.

Получение студентами системного представления об истории рекламы и PR, основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении этой области профессиональной деятельности.

Получение системного представления о современном состоянии отрасли «Реклама и связи с общественностью»: основных специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объёмах деятельности, роли новых медиа в современной практике PR и рекламы.

Формирование базовых представлений об этике профессиональной деятельности в данной отрасли.

Программа дисциплины основана на изучении истории, теории и современной практики деятельности в рекламе и PR.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Введение в специальность» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие
		УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи
		УК-1.3. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
		ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
ПК-1	Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.	ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
		ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Введение в специальность» относится к обязательной части блока Б1.О.01 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Введение в специальность».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-1	Способен осуществлять поиск,	-	Компьютерные технологии и информатика

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		Математика и статистика Концепции современного естествознания
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	-	Основы маркетинга Философия
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности		Основы маркетинга Теория и практика массовой коммуникации Media Relations Деловой этикет Психология рекламы и PR Профессиональная этика Реклама, PR, имидж Digital коммуникации
ПК-1	Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать	-	История рекламы и связей с общественностью Основы менеджмента Технологии производства в рекламе и связях с общественностью Основы интегрированных коммуникаций в рекламе Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Интегрированные коммуникации в бизнесе New and Social Media Антикризисное управление Отраслевой PR История русского искусства

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.		

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Введение в специальность» составляет 2 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	34	34			
в том числе:					
Лекции (ЛК)	17	17	-	-	-
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17	17			
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	57	57			
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	17	17			
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72		
	зач.ед.	2	2		

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	108	108			
в том числе:					
Лекции (ЛК)	17	17	-	-	-
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17	17			
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	57	57			
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	17	17			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	108		
	3	3	3		

* - заполняется в случае реализации программы в очно-заочной форме

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.					

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)					
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.					
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.					
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.				
	зач.ед.				

* - заполняется в случае реализации программы в заочной форме

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел I. Теория коммуникации как научная дисциплина	• Тема 1.1. «Теория коммуникации» («коммуникология», «communication studies», или «communications»).	ЛК, СЗ
	• Тема 1.2. Теория коммуникации как наука.	ЛК, СЗ
	• Тема 1.3. Объект и предмет курса «основы теории коммуникации»	ЛК, СЗ
	• Тема 1.4. Методы исследования и методологические подходы, используемые в теории коммуникации.	ЛК, СЗ
	• Тема 1.5. Определения понятия «коммуникации» и «социальная коммуникация».	ЛК, СЗ
	• Тема 1.6. Модели коммуникации	ЛК, СЗ
	• Тема 1.7. Главные функции теории коммуникации	ЛК, СЗ
Раздел 2. Информация и информационные процессы	• Тема 2.1. Понятие информации и ее свойства	ЛК, СЗ
	• Тема 2.2. Концепции восприятия информации	ЛК, СЗ
	• Тема 2.3. Особенности информации	ЛК, СЗ
	• Тема 2.4. Параметры информации	ЛК, СЗ
	• Тема 2.5. Измерение информации	ЛК, СЗ
	• Тема 2.6. Содержание информации	ЛК, СЗ
	• Тема 2.7. Информация в контексте масс-медиа	ЛК, СЗ
	• Тема 2.8. Основные свойства информации	ЛК, СЗ
	• Тема 2.9. Информация в коммуникативных процессах	ЛК, СЗ
	• Тема 2.10. Информационный процесс	ЛК, СЗ
	• Тема 2.11. Концепция	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	«информационного общества». Дэниел Белл, Жан Бодрийяр, Марк Постер, Мануэль Кастельс. Информационные революции	
Раздел 3. Теории медиавоздействия	• Тема 3.1. Этапы развития медиакommunikаций	ЛК, СЗ
	• Тема 3.2. Основные виды и характеристики современных медиакommunikаций	ЛК, СЗ
	• Тема 3.3. Медиасредства современных коммуникаций <i>Печать, визуальные медиа, радио, телевидение, интернет</i>	ЛК, СЗ
	• Тема 3.4. Четыре теории прессы	ЛК, СЗ
	• Тема 3.5. Роль прессы в формировании общественного мнения	ЛК, СЗ
	• Тема 3.6. Пропаганда. Типы пропаганды	ЛК, СЗ
	• Тема 3.7. Психологические войны <i>Психологические и информационные войны. Понятия и содержание. Особенности</i>	ЛК, СЗ
	• Тема 3.8. Медиавоздействие. Типы и последствия медиавоздействия	ЛК, СЗ
	• Тема 3.9. Методы исследования медиавоздействия	ЛК, СЗ
	• Тема 3.10. Методы исследования медиавоздействия	ЛК, СЗ
	• Тема 3.11. Теория культивации	ЛК, СЗ
	• Тема 3.12. Теории социализации	ЛК, СЗ
	• Тема 3.1. Прайминг	ЛК, СЗ
Раздел 4. Медиасистема и медиадискурс	Тема 4.1. «Четыре теории прессы» Ф. Сиберта, Т. Петерсона и У. Шрамма	ЛК, СЗ
	Тема 4.2. Эмпирические модели Д. Халлина и П. Манчини	ЛК, СЗ
	Тема 4.3. Цензура: зарождение, виды, функции	ЛК, СЗ
	Тема 4.4. Развитие периодической печати и свобода прессы	ЛК, СЗ
	Тема 4.5. Теория социальной ответственности	ЛК, СЗ
	Тема 4.6. Медиасистема <i>Структура современной медиасистемы. Факторы влияния</i>	ЛК, СЗ
	Тема 4.7. Параметры измерения медиасистемы	ЛК, СЗ
	Тема 4.8. Двойственный характер СМИ	ЛК, СЗ
	Тема 4.9. Модели медиасистем постсоветского пространства	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная 730 ауд.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской маркерной; техническими средствами: Комплект специализированной мебели, технические средства: аудиосистема, моноблок Lenovo V510z, проектор Epson EB-955W, экран моторизованный Лицензионный пакет Microsoft (Windows, Office) ключи EES (Shool 3) id:86626883 от 2016 года (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/ Office 365, Teams, Skype)	Не требуется
Лаборатория	Аудитория для проведения лабораторных работ, индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и оборудованием.	Не требуется
Семинарская	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской маркерной; техническими средствами: Комплект специализированной мебели, технические средства: аудиосистема, моноблок Lenovo V510z, проектор Epson EB-955W, экран моторизованный Лицензионный пакет Microsoft (Windows, Office) ключи EES (Shool 3) id:86626883 от 2016 года (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/ Office 365, Teams, Skype)	Не требуется
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Не требуется
Для самостоятельной	Компьютерный класс для проведения практико-лабораторных занятий с	Не требуется

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
работы обучающихся Ауд. 520	применением программно-аппаратных средств и устройств для проведения тестового контроля, а также для самостоятельной работы обучающихся, оснащенная комплектом специализированной мебели; техническими средствами: комплект мебели, моноблок Lenovo C560 - 20 шт., проектор Epson EB-955W, экран моторизованный Лицензионный пакет Microsoft (Windows, Office) ключи EES (Shool 3) id:86626883 от 2016 года Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/ Office 365, Teams, Skype)	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - Москва: : Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0347-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/406724>
2. Почекаев Р. Ю. - История связей с общественностью 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для академического бакалавриата - Москва: : Издательство Юрайт - 2019 - 223с. - ISBN: 978-5-534-04832-2 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/istoriya-svyazey-s-obschestvennostyu-438445>
3. Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - Москва: : НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-003443-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/371726>
4. Чумиков А.Н. - Коммуникационные кампании: учебное пособие для студентов вузов - Издательство «Аспект Пресс» - 2014 - 160с. - ISBN: 978-5-7567-0749-6 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: <https://e.lanbook.com/book/68864>
5. Чумиков А.Н. - Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: учебное пособие для студентов вузов - Издательство «Аспект Пресс» - 2016 - 159с. - ISBN: 978-5-7567-0819-6 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: <https://e.lanbook.com/book/97267>

Дополнительная литература:

1. Гринберг Т.Э. - Политические технологии: PR и реклама - Издательство "Аспект Пресс" - 2012 - 280с. - ISBN: 978-5-7567-0639-0 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: <https://e.lanbook.com/book/68679>
2. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. —

Москва: : ИНФРА-М, 2017. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/766813>

3. Зверинцев А. Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. — Санкт-Петербург: Изд-во Буковского, 1995. — 267 с. ISBN 5-88407—006-3
4. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - Москва: : Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0347-0 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/406724>
5. Почекаев Р. Ю. - История связей с общественностью 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для академического бакалавриата - Москва: Издательство Юрайт - 2019 - 223с. - ISBN: 978-5-534-04832-2 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/istoriya-svyazey-s-obschestvennostyu-438445>
6. Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - Москва: : НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-003443-0 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/371726>
7. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. - Москва: : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-006212-9 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/368021>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Введение в специальность» - в формате .pdf

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Введение в специальность» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

Педагог ДПО Дирекции ДПО филфака	Подпись	Спиридонов В.В.
-------------------------------------	---------	-----------------

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

**Кафедра массовых
коммуникаций**

Барабаш В.В.

Наименование БУП	Подпись	Фамилия И.О.
------------------	---------	--------------

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Кафедра массовых
коммуникаций**

Барабаш В.В.

Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.
----------------	---------	--------------