

**Частное образовательное учреждение высшего образования
"Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"**

Введение в профессию

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

Аннотация рабочей программы дисциплины

Закреплена за кафедрой **Кафедра управления и связей с общественностью**

Квалификация	Бакалавр		
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ		
Форма обучения	очная		
Часов по учебному плану	108		Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачет 1
аудиторные занятия	36,3		
самостоятельная работа	71,7		
часов на контроль	0		
Форма обучения	очно-заочная		
Часов по учебному плану	108		Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачет 2
аудиторные занятия	12,3		
самостоятельная работа	91,7		
часов на контроль	4		
Форма обучения	заочная		
Часов по учебному плану	108		Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачет с оценкой 1
аудиторные занятия	10,3		
самостоятельная работа	94		
часов на контроль	3,7		

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Вид занятий				
Лекции	18		18	
Практические	18		18	
Контактная работа на аттестацию	0,3		0,3	
Итого ауд.	36,3		36,3	
Контактная работа	36,3		36,3	
Сам. работа	71,7		71,7	
Итого	108		108	

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
Вид занятий				
Лекции	4		4	
Практические	8		8	
Контактная работа на аттестацию	0,3		0,3	
Итого ауд.	12,3		12,3	
Контактная работа	12,3		12,3	
Сам. работа	91,7		91,7	
Часы на контроль	4		4	
Итого	108		108	

**Распределение часов дисциплины по курсам
заочная форма**

Курс	1		Итого	
Вид занятий				
Лекции	4		4	
Практические	6		6	
Контактная работа на аттестацию	0,3		0,3	
Итого ауд.	10,3		10,3	
Контактная работа	10,3		10,3	
Сам. работа	94		94	
Часы на контроль	3,7		3,7	
Итого	108		108	

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель дисциплины - освоение студентами системы научно- практических знаний, умений и компетенций в области рекламы и связей с общественностью и реализация их в своей профессиональной деятельности.

Задачами учебной дисциплины «Введение в профессию» являются:

1. 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».
2. Развитие интереса к будущей профессии.
3. Получение системного представления об истории рекламы и PR, основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении этой области профессиональной деятельности.
4. Получение системного представления о современном состоянии отрасли «Реклама и связи с общественностью»: основных специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объёмах деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Адаптация инвалидов и лиц с ОВЗ в образовательной среде вуза
2.1.2	Экономика
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Гражданское право
2.2.2	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
2.2.3	Право
2.2.4	Основы менеджмента
2.2.5	Основы самоменеджмента
2.2.6	Правовые основы PR
2.2.7	профессионально-ознакомительная практика
2.2.8	Основы маркетинга
2.2.9	профессионально-творческая практика
2.2.1	Производственная практика
2.2.1	Мировые информационные ресурсы
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

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

УК-6.1: Понимает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда

Знать: принципы самовоспитания и самообразования

Уметь: анализировать требования рынка труда в целях самообразования

Владеть: практическими навыками самовоспитания и самообразования исходя из требований рынка труда

УК-10.1: Понимает сущность коррупционного поведения, экстремисткой и террористической деятельности и их взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями

Знать: сущность коррупционного поведения, экстремизму и терроризму

Уметь: определять взаимосвязь коррупционного поведения, экстремизма и терроризма с социальными, экономическими, политическими и иными условиями

Владеть: навыками выявления коррупционного поведения, экстремизма и терроризма

ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

Знать: цели и задачи профессиональной деятельности в соответствии с социологическими данными и с запросами и потребностями общества;

Уметь: определять соответствие аудитории и канала коммуникации;

Владеть: выделять рекламные и PR-материалы в общем информационном потоке.

ОПК-4.2: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	
Знать: особенности организации коммуникаций, основные механизмы взаимосвязи поведения сотрудников и эффективности организации;	
Уметь: выстраивать эффективные корпоративные коммуникационные каналы и использовать современные технические средства передачи информации, вести подготовку рекламных продуктов;	
ОПК-4.3: Применяет навыки ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
Знать: особенности соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	
Уметь: интерпретировать результаты социологических данных под запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп в профессиональной деятельности.	
Владеть: навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	
ОПК-5.1: Понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	
Знать: основные составляющие интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью; основные термины интегрированных коммуникаций; основные теории интегрированных коммуникаций основные технологии в сфере рекламы; основные технологии в сфере связей с общественностью; основные этапы разработки и организации специального события как как технологии интегрированных коммуникаций; специфику социальной рекламы; историю рекламы и связей с общественностью.	
Уметь: ориентироваться в актуальных проблемах теории и практики интегрированных коммуникаций; применять на практике основные технологии интегрированных коммуникаций; грамотно сочетать инструменты продвижения компании, организации, формирования имиджа; проводить SWOT анализ ситуации в организации; работать со СМИ.	
Владеть: понятийно-категориальным аппаратом; опытом самостоятельной работы в сфере событийного маркетинга; опытом самостоятельной работы с средствами массовой коммуникации; навыками работы с информационными ресурсами.	
ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	
Знать: специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы в организациях различного типа;	
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации;	
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур.	
ОПК-5.3: Применяет навыки учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	
Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	
Владеть: навыками учета тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в профессиональной деятельности	
В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен	
3.1	Знать: <ul style="list-style-type: none"> • цели и задачи профессиональной деятельности; • ключевые понятия; • базовые технологии; • основные сведения по истории рекламы и PR; • особенности современного этапа развития этой области профессиональной деятельности.

3.2	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выделять рекламные и PR-материалы в общем информационном потоке; • анализировать рекламные и PR-кампании на предмет их соответствия основным этическим нормам рекламной и PR-деятельности; • определять соответствие аудитории и канала коммуникации.
3.3	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками применять навыки учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования • навыками осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы • навыками понимать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях • навыками применять навыки ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности • навыками использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов • навыками соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп • навыками понимать сущность коррупционного поведения, экстремисткой и террористической деятельности и их взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями • навыками понимать основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда