

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1150633	Введение в специальность

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью	Код ОП 1. 42.03.01/33.02
Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью	Код направления и уровня подготовки 1. 42.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Плотникова Анна Михайловна	доктор филологических наук, доцент	Профессор	фундаментальной и прикладной лингвистики и текстоведения
2	Скуратов Алексей Борисович	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	Научно-образовательный центр цифровой гуманитаристики
3	Эльстон-бирон Александр Владимирович	без ученой степени, без ученого звания	Преподаватель	фундаментальной и прикладной лингвистики и текстоведения

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Введение в специальность

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль «Введение в специальность» предполагает знакомство студентов с основами теории коммуникации, рекламы и связей с общественностью как разновидностями массовых коммуникаций. Модуль включает дисциплины: «Введение в теорию коммуникации», «Основы рекламы и связей с общественностью». Цель модуля – сформировать системное представление о коммуникации, отдельных ее разновидностях и способах их описания и изучения. Модуль характеризуется соединением фундаментальных знаний о речи и массовой речевой коммуникации с практическими разработками в сфере рекламы и связей с общественностью. Прикладная составляющая программы обеспечивает знакомство студентов с аспектами потенциальной будущей профессиональной деятельности.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Основы рекламы и связей с общественностью	3
2	Введение в теорию коммуникации	3
ИТОГО по модулю:		6

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Введение в теорию коммуникации	ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные	З-1 - Характеризовать особенности, пути и средства формирования и поддержания профессиональной культуры

	<p>этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p>	<p>З-2 - Обосновать роль профессиональной культуры и значимость соблюдения профессиональных этических норм для успешной профессиональной деятельности</p> <p>З-3 - Описать принципы, каналы и формы получения обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p> <p>З-4 - Привести примеры социального эффекта и последствий получения обратной связи о профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Обосновать выбор путей и средств формирования и поддержания профессиональной культуры</p> <p>У-2 - Самостоятельно выбирать каналы и формы получения обратной связи о своей профессиональной деятельности</p> <p>П-1 - Создавать модели получения обратной связи от субъектов, вовлеченных в профессиональную деятельность, с описанием социального эффекта и ее последствий</p> <p>П-2 - Составлять план мероприятий по формированию и поддержанию профессиональной культуры</p> <p>Д-1 - Демонстрировать стремление к профессиональному росту и развитию, самокритичность и умение учиться, нацеленность на результат</p> <p>Д-2 - Проявлять коммуникативные умения</p>
<p>Основы рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ОПК-1 - Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов</p>	<p>З-1 - Характеризовать основные методологические и теоретические подходы, позволяющие объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной области</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять основные характеристики явлений и процессов на основе критериев научных знаний, используя основные теоретические и методологические подходы в своей профессиональной области</p> <p>У-2 - Определять теоретические и методологические подходы для обоснованного объяснения природы,</p>

		<p>явлений и процессов в своей профессиональной области</p> <p>П-1 - Самостоятельно, опираясь на теоретические и методологические подходы, составить на основе критериев научных знаний характеристики явлений и процессов для решения задач в своей профессиональной области.</p> <p>Д-1 - Проявлять внимательность и усердие в поиске и применении теоретического знания</p>
--	--	--

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Основы рекламы и связей с
общественностью

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Скуратов Алексей Борисович	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	Научно- образовательный центр цифровой гуманитаристики

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Скуратов Алексей Борисович, Доцент, Научно-образовательный центр цифровой гуманитаристики

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Основы теории и практики рекламы	История возникновения и развития рекламной деятельности. Цели и функции рекламы. Её роль в системе маркетинговых коммуникаций. Классификация рекламы. Структура рекламной деятельности. Социально-психологические основы рекламы. Философские проблемы современной рекламной деятельности. Реклама и ценности. Создание рекламы. Контент и дизайн. Основные элементы рекламных средств. Основы рекламного менеджмента. Коммуникационные цели. Тактика планирования и проведения рекламной кампании. Медиапланирование. Основные направления рекламной деятельности. Промышленная, коммерческая, социальная и политическая реклама. Особенности различных каналов распространения рекламы: пресса, телевидение, интернет, радио, мобильная связь, наружная реклама. Профессиограмма специалиста по рекламе.

2	Основы теории и практики связей с общественностью	<p>Связи с общественностью: определение понятия. Связи с общественностью в системе массовых коммуникаций. Информационная, управленческая, регулятивная и другие функции PR.</p> <p>Связи с общественностью в различных сферах деятельности. Специфика PR в бизнесе, коммерции, политике, общественных организациях.</p> <p>Основы имиджмейкинга. Основные методы и формы работы по созданию и продвижению имиджа. Выставки, ярмарки, презентации, спонсорство, благотворительность.</p> <p>Взаимодействие со средствами массовой информации. Правовые и этические аспекты. Подготовка и проведение мероприятий для журналистов.</p> <p>Основы ньюсмейкинга. Управление информацией и конструирование новости. PR-текст и его особенности.</p> <p>Задачи и функции отдела по связям с общественностью.</p> <p>Профессиограмма специалиста по СО. Внутрикорпоративные коммуникации и их совершенствование.</p> <p>Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями.</p> <p>Результаты PR-деятельности. PR как социальный институт. Фирменный стиль и его компоненты.</p>
---	---	--

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	деятельность по социальной и профессиональной адаптации в вузе	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной профессиональной деятельности	ОПК-1 - Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов	З-1 - Характеризовать основные методологические и теоретические подходы, позволяющие объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной области

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы рекламы и связей с общественностью

Электронные ресурсы (издания)

1. Антипов, К. В.; Основы рекламы : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332> (Электронное издание)
2. Васильев, Г. А.; Основы рекламы : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432> (Электронное издание)
3. Панкратов, Ф. Г.; Основы рекламы : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573142> (Электронное издание)
4. Чумиков, А. Н.; Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии : сборник научных трудов.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Коноваленко, В. А.; Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров.; Юрайт, Москва; 2013 (26 экз.)
2. Костина, А. В.; Основы рекламы : [учебное пособие для вузов по гуманитарным специальностям].; КНОРУС, Москва; 2012 (1 экз.)
3. Марков, А. А.; Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью".; ИНФРА-М, Москва; 2014 (10 экз.)
4. Минаева, Л. В.; Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика : [учеб. пособие для вузов по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью"].; Аспект Пресс, Москва; 2010 (6 экз.)
5. Чумиков, А. Н.; Кейсы и деловые игры по связям с общественностью : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью".; КНОРУС, Москва; 2010 (10 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://elibrary.ru>

ЭБС IPR Books <https://iprbookshop.ru>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

www.marketing.spb.ru – энциклопедия маркетинга. Теория и практика маркетинга, исследования рынка.

www.rurg.ru – Всероссийский научно-популярный журнал «PR в России».

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы рекламы и связей с общественностью

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Введение в теорию коммуникации

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Плотникова Анна Михайловна	доктор филологических наук, доцент	профессор	Кафедра фундаментальной и прикладной лингвистики и текстоведения
2	Эльстон-бирон Александр Владимирович	без ученой степени, без ученого звания	Преподаватель	фундаментальной и прикладной лингвистики и текстоведения

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Плотникова Анна Михайловна, профессор, Кафедра фундаментальной и прикладной лингвистики и текстоведения
- Эльстон-бирон Александр Владимирович, Преподаватель, фундаментальной и прикладной лингвистики и текстоведения

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Методологические проблемы теории коммуникации	Теория коммуникации как наука и как учебная дисциплина. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации. Коммуникационный процесс. Основные теоретические концепции коммуникации.
2	Виды коммуникации	Вербальная коммуникация. Формы речевой коммуникации. Устная коммуникация. Письменная коммуникация. Невербальная коммуникация.
3	Уровни коммуникации	Межличностная коммуникация. Коммуникация в малых группах. Массовая коммуникация.
4	Виды профессионально ориентированной коммуникации	Коммуникация в организациях. Политическая коммуникация. Публичная коммуникация. Межкультурная коммуникация.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
---	---------------------------------	--	-------------	---------------------

Формирование социально-значимых ценностей	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности	ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях	З-2 - Обосновать роль профессиональной культуры и значимость соблюдения профессиональных этических норм для успешной профессиональной деятельности Д-1 - Демонстрировать стремление к профессиональному росту и развитию, самокритичность и умение учиться, нацеленность на результат
---	--	---	--	--

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в теорию коммуникации

Электронные ресурсы (издания)

1. Каменева, В. А.; Теория коммуникации (прагматический аспект) : учебное пособие.; Кемеровский государственный университет, Кемерово; 2013; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232504> (Электронное издание)
2. Шарков, Ф. И.; Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042> (Электронное издание)
3. ; Теория и практика межкультурной коммуникации : учебно-методическое пособие.; Московский педагогический государственный университет (МПУ), Москва; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500569> (Электронное издание)
4. Багана, Ж., Ж.; Национальные особенности межкультурной коммуникации: теория и практика : учебное пособие.; ФЛИНТА, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=603170> (Электронное издание)
5. Голуб, , О. Ю.; Теория коммуникации : учебник.; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2016; <http://www.iprbookshop.ru/57124.html> (Электронное издание)
6. Анпилогова, , Л. В.; Теория коммуникации : учебное пособие.; Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, Оренбург; 2016; <http://www.iprbookshop.ru/61412.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Коноваленко, М. Ю.; Теория коммуникации : учебник для бакалавров, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям.; Юрайт, Москва; 2012 (1 экз.)
2. , Гойхман, О. Я.; Основы теории коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" .; ИНФРА-М, Москва; 2012 (1 экз.)
3. Чамкин, А. С.; Основы коммуникологии (теория коммуникации) : учебное пособие.; ИНФРА-М, Москва; 2013 (1 экз.)
4. Бландел, Р., Токарев, А.; Эффективные бизнес-коммуникации: Теория и практика в эпоху информации; Питер, Санкт-Петербург; 2000 (5 экз.)
5. Садохин, А. П.; Теория и практика межкультурной коммуникации : [учеб. пособие для вузов по дисциплине "Культурология"].; ЮНИТИ, Москва; 2004 (4 экз.)
6. Дзялошинский, И. М.; Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям.; Юрайт, Москва; 2017 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в теорию коммуникации

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

		соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES