

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной  
работе

Лейфа А.В. Лейфа

10 июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
«ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы – Реклама и связи с  
общественностью

Квалификация выпускника – Бакалавр

Год набора – 2024

Форма обучения – Очная

Курс 1 Семестр 1

Зачет 1 сем

Общая трудоемкость дисциплины 108.0 (академ. час), 3.00 (з.е)

Составитель О.Б. Арчакова, доцент, канд. филол. наук

Филологический факультет

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.17 № 512

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры русского языка, коммуникации и журналистики

01.02.2024 г. , протокол № 6

Заведующий кафедрой Иващенко Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

10 июня 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

10 июня 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Иващенко Е.Г. Иващенко

10 июня 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и  
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

10 июня 2024 г.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цель дисциплины:

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».

### Задачи дисциплины:

1. Сформировать у обучающихся компетенции, связанные со способностью управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.
2. Сформировать у обучающихся компетенции, связанные со способностью учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.
3. Развитие интереса к будущей профессии;
4. 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;
5. Формирование базовых представлений об этике профессиональной деятельности в данной отрасли.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Программа курса «Введение в профессию» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Для изучения дисциплины необходимы знания, формируемые у студентов при изучении дисциплин: «Тайм- менеджмент», «Профессиональная этика», «Развитие рекламы в контексте культурно-исторического процесса». «Публичные коммуникации в рекламе и связях с общественностью».

Данная дисциплина соотносится с изучением профессиональных дисциплин по связям с общественностью и рекламе: «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», при прохождении «Учебной практики» (профессионально- ознакомительная практика)», сформированные компетенции проверяются в ходе Государственной итоговой аттестации.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

### 3.1. Универсальные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИД – 1 УК-6 Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей; ИД – 2 УК-6 Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста; ИД – 3 УК-6 Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории

		собственного профессионального роста; ИД – 4 УК-6 Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития.
--	--	---

#### 4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3.00 зачетных единицы, 108.0 академических часов.

1 – № п/п

2 – Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация

3 – Семестр

4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)

4.1 – Л (Лекции)

4.2 – Лекции в виде практической подготовки

4.3 – ПЗ (Практические занятия)

4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки

4.5 – ЛР (Лабораторные работы)

4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки

4.7 – ИКР (Иная контактная работа)

4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)

4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)

5 – Контроль (в академических часах)

6 – Самостоятельная работа (в академических часах)

7 – Формы текущего контроля успеваемости

1	2	3	4									5	6	7
			4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9			
1	Основные формы организации обучения в вузе. Культура поведения в вузе.	1	2		2								9.2	Проверка конспектов. Собеседование.
2	Современное содержание высшего гуманитарного образования. Государственный образовательный стандарт направления подготовки.	1	2		2								9.2	Проверка конспектов. Собеседование.

3	Современные технологии образовательного процесса.	1	2		2							9.2	Проверка конспектов. Собеседование.
4	Научно-исследовательская работа студентов в вузе.	1	2		2							9.2	Проверка конспектов. Собеседование.
5	Образовательная технология «портфолио» как программа личностного роста студента вуза.	1	2		2							9.2	Проверка конспектов. Собеседование.
6	«Реклама и связи с общественностью» в современном гуманитарном знании и информационном пространстве.	1	2		2							9.2	Проверка конспектов. Собеседование.
7	Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития рекламы и связей с общественностью как профессии и отрасли бизнес.	1	2		2							9.2	Проверка конспектов. Собеседование.
8	Профессиональная программа специалиста в области рекламы и связей с общественностью.	1	4		2							9.4	Проверка конспектов. Собеседование.
9	Зачет	1							0.2				
	Итого			18.0	16.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0		73.8	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Основные формы организации обучения в вузе. Культура поведения в вузе.	История форм обучения. Основные характеристики индивидуальной, индивидуально- групповой лекции, семинара, учебной практики. Противоречия и проблемы лекции и способы их

		<p>преодоления.</p> <p>Вспомогательные формы организации обучения.</p> <p>Основные понятия: форма организации обучения, лекции, семинар, коллоквиум, лабораторная работа, консультация, учебная практика</p>
2	<p>Современное содержание высшего гуманитарного образования.</p> <p>Государственный образовательный стандарт направления подготовки.</p>	<p>Государственный образовательный стандарт по направлению.</p> <p>Основные понятия: образовательная программа, обязательный минимум содержания образовательных программ, требования к уровню подготовки выпускников. Федеральный и национально-региональный компоненты государственного образовательного стандарта. Классификатор направлений и специальностей высшего профессионального образования.</p>
3	<p>Современные технологии образовательного процесса.</p>	<p>Технология: совокупность приемов, применяемых в каком-либо деле, мастерстве, искусстве.</p> <p>Педагогическая технология: совокупность психолого-педагогических установок, определяющих специальный набор и компоновку форм, методов, способов, приемов обучения, воспитательных средств.</p> <p>Образовательные технологии:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. классическое лекционное обучение;</li> <li>2. обучение с помощью аудиовизуальных технических средств;</li> <li>3. система «moodle»;</li> <li>4. обучение с помощью учебной литературы;</li> <li>5. компьютерное обучение.</li> </ol>
4	<p>Научно-исследовательская работа студентов в вузе.</p>	<p>Научная работа. Виды и организационные формы научной работы студентов: доклад, реферат, курсовая работа, выпускная квалификационная работа. Общие рекомендации по подготовке научных работ. Выбор тем. Составление рабочего плана. Поиск информации. Работа с источниками.</p>
5	<p>Образовательная технология «портфолио» как программа личностного роста студента вуза.</p>	<p>«Портфолио студента»: эффективное средство развития карьеры. Назначение портфолио: систематизация студентом личных достижений. Деятельность по оформлению портфолио. Планирование системы действий по организации работы над портфолио, определение вспомогательных материалов, итоговой формы предоставления защиты портфолио и т. д.</p> <p>Творческое досье (портфолио): показатель профессионального роста студента в течение всего периода обучения в университете, овладение ими профессиональными компетенциями. Содержание творческого досье.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Творческое досье включает материалы, подтверждающие участие в научных исследованиях, дипломы и документы о поощрениях и награждениях за успехи в профессиональной и научной деятельности.</li> </ol>

		2. Отчеты о прохождении учебной и производственных практик и отзывы руководителей от пресс- служб, рекламных агентств, кафедры.
6	«Реклама и связи с общественностью» в современном гуманитарном знании и информационном пространстве.	«Реклама и связи с общественностью» как направление в системе высшего образования. Профессиональные требования к специалисту, стандарты. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Основные профессиональные термины и понятия, принципы, классификация услуг. Функции специалиста по связям с общественностью.
7	Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития рекламы и связей с общественностью как профессии и отрасли бизнес.	Причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса. Тенденции развития современного рекламного PR рынка: PR становится гораздо более доходной отраслью, чем реклама. Вторая тенденция: динамичное развитие Интернет-технологий и информационных технологий, благодаря чему на аудиторию можно выходить напрямую. Факторы и обстоятельства, оказывающие влияние на квалифицированное выполнение задачи PR.
8	Профессиограмма специалиста в области рекламы и связей с общественностью.	Профессиограмма: функции, задачи, предмет отражения и объект воздействия или взаимодействия, основные виды деятельности, продукт, результат труда, специфика, характер деятельности, орудия и средства труда, условия деятельности, режим и ритм труда, виды профессиональных сложностей, психологические характеристики профессиональной деятельности, особенности умственных процессов (внимания, памяти, мышления, творческих способностей и т.п.), требования к кадровому составу, уровню квалификации, типу образования, профессиональным и личностным качествам специалиста в области рекламы и связей с общественностью.

## 5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Основные формы организации обучения в вузе. Культура поведения в вузе.	Основные характеристики индивидуальной, индивидуально- групповой лекции, семинара, учебной практики. Основные понятия: форма организации обучения, лекции, семинар, коллоквиум, лабораторная работа, консультация, учебная практика.
Современное содержание	Образовательная программа, обязательный

высшего гуманитарного образования. Государственный образовательный стандарт направления подготовки.	минимум содержания образовательных программ, требования к уровню подготовки выпускников.
Современные технологии образовательного процесса.	Образовательные технологии: классическое лекционное обучение, обучение с помощью аудиовизуальных технических средств, обучение с помощью учебной литературы, компьютерное обучение.
Научно-исследовательская работа студентов в вузе.	Научная работа. Виды и организационные формы научной работы студентов: доклад, реферат, курсовая работа, выпускная квалификационная работа. Составление рабочего плана. Поиск информации. Работа с источниками.
Образовательная технология «портфолио» как программа личностного роста студента вуза.	Назначение портфолио: систематизация студентом личных достижений. Деятельность по оформлению портфолио. Планирование системы действий по организации работы над портфолио, определение вспомогательных материалов, итоговой формы предоставления защиты портфолио и т. д.
«Реклама и связи с общественностью» в современном гуманитарном знании и информационном пространстве.	Место направления в современном гуманитарном знании и информационном пространстве. Основные профессиональные термины и понятия, принципы, классификация услуг.
Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития рекламы и связей с общественностью как профессии и отрасли бизнес.	Причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса. Тенденции развития современного рекламного PR рынка: Факторы и обстоятельства, оказывающие влияние на квалифицированное выполнение задачи PR. Профессиональные требования к PR-специалисту и его функции.
Профессиограмма специалиста в области рекламы и связей с общественностью.	Объект воздействия или взаимодействия, основные виды деятельности, продукт, результат труда, специфика, характер деятельности, орудия и средства труда, условия деятельности, режим и ритм труда, виды профессиональных сложностей, психологические характеристики профессиональной деятельности, особенности умственных процессов (внимания, памяти, мышления, творческих способностей и т.п.), требования к кадровому составу, уровню квалификации, типу образования, профессиональным и личностным качествам специалиста в области рекламы и связей с общественностью.

## 6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических
-------	-----------------------------	---------------------------	------------------------------



			часах
1	Основные формы организации обучения в вузе. Культура поведения в вузе.	Чтение и конспектирование специальной литературы. Подготовка к собеседованию.	9.2
2	Современное содержание высшего гуманитарного образования. Государственный образовательный стандарт направления подготовки.	Чтение и конспектирование специальной литературы. Подготовка к собеседованию.	9.2
3	Современные технологии образовательного процесса.	Чтение и конспектирование специальной литературы. Подготовка к собеседованию.	9.2
4	Научно-исследовательская работа студентов в вузе.	Чтение и конспектирование специальной литературы. Подготовка к собеседованию.	9.2
5	Образовательная технология «портфолио» как программа личностного роста студента вуза.	Чтение и конспектирование специальной литературы. Подготовка к собеседованию.	9.2
6	«Реклама и связи с общественностью» в современном гуманитарном знании и информационном пространстве.	Чтение и конспектирование специальной литературы. Подготовка к собеседованию.	9.2
7	Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития рекламы и связей с общественностью как профессии и	Чтение и конспектирование специальной литературы. Подготовка к собеседованию.	9.2

	отрасли бизнес.		
8	Профессиограмма специалиста в области рекламы и связей с общественностью.	Чтение и конспектирование специальной литературы. Подготовка к собеседованию.	9.4

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе обучения по данной дисциплине используются в учебном процессе активные и интерактивные формы проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Темы дисциплины. Интерактивная форма.

Реклама и связи с общественностью» в современном гуманитарном знании и информационном пространстве - проблемная лекция. Требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории профессионального роста - собеседование. Профессиограмма специалиста в области рекламы и связей с общественностью - разработка должностной инструкции пресс-секретаря.

## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Вопросы к зачету

1. История форм обучения.
2. Основные характеристики индивидуальной, индивидуально- групповой лекции, семинара, учебной практики.
3. Противоречия и проблемы лекции и способы их преодоления.
4. Вспомогательные формы организации обучения.
5. Коммуникативная компетентность студента.
6. Личные качества студента.
7. Внешний вид студента в университете.
8. Коммуникативные барьеры. Взаимоотношения в студенческой среде.
9. Правила проживания в общежитии.
10. Основные понятия: форма организации обучения, лекции, семинар, коллоквиум, лабораторная работа, консультация, учебная практика. Рейтинговая оценка успеваемости студента.
11. «Реклама и связи с общественностью» как направление в системе высшего образования. Место направления в современном гуманитарном знании и информационном пространстве.
12. Государственный образовательный стандарт по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».
13. Личность специалиста по рекламе и связям с общественностью.
14. Профессиограмма профессии: специалист по рекламе и связям с общественностью.
15. Учебная литература: учебник, курс лекций, методическое пособие.
16. Научная работа. Виды и организационные формы научной работы студентов: доклад, реферат, курсовая работа, выпускная квалификационная работа.
17. Содержание и оформление творческого досье (портфолио) студента.

## 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) литература

1. Булатова, С. Н. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / С. Н. Булатова. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2012. — 80 с. — ISBN 978-5-8154-0229-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/22113.html](https://www.iprbookshop.ru/22113.html) (дата обращения: 01.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов /

О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511937> (дата обращения: 01.04.2024).

3. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс] : учеб.-метод. материалы для направления подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / АмГУ, ФФ ; сост. М. А. Куроедова. - Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. - 30 с. - Режим доступа: [http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU\\_Edition/8160.pdf](http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8160.pdf)

4. Чилинбир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилинбир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-0579-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95336.html> (дата обращения: 01.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/95336>

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL <a href="https://ru.libreoffice.org/about-us/license/">https://ru.libreoffice.org/about-us/license/</a>
2	Mozilla Firefox	Бесплатное распространение по лицензии MPL 2.0 <a href="https://www.mozilla.org/en-US/MPL/">https://www.mozilla.org/en-US/MPL/</a>
3	Электронная библиотечная система «Юрайт» <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.
4	Электронно-библиотечная система IPRbooks <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>	Электронно-библиотечная система IPRbooks – научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу.

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	<a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a>	Единое окно доступа к образовательным ресурсам
2	<a href="http://www.ruscorpora.ru">http://www.ruscorpora.ru</a>	Национальный корпус русского языка. Информационно-справочная система, основанная на собрании русских текстов в электронной форме
3	<a href="https://scholar.google.ru">https://scholar.google.ru</a>	Google Scholar —поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин.

**10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Организация располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом. Занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения. На занятиях используется демонстрационное оборудование: проектор, компьютер, экран, – и учебно-наглядные пособия (видеоролики с примерами

ситуаций, демонстрационные тексты). Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета. Студенты имеют доступ к электронно-библиотечной системе университета, в том числе и удаленный. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах. Университет обеспечен лицензионным программным обеспечением.