

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: **Бюджетное учреждение высшего образования**
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 14.06.2024 09:25:45
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

17 июня 2021 г., протокол УС №6

МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН

Основы проектирования в профессиональной деятельности

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии	
Учебный план	b420301-ССО-21-1.plx 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	очная	
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах: экзамены 4
в том числе:		
аудиторные занятия	64	
самостоятельная работа	44	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	17 2/6			
Неделя	уп	рп	уп	рп
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	44	44	44	44
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

ассистент Ермлаева М.С.; доцент, к. филос.н. Родермель Т.А. _____

Рабочая программа дисциплины

Основы проектирования в профессиональной деятельности

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
утвержденного учёным советом вуза от 17.06.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Протокол от _____ 2021 г. № ____

Зав. кафедрой

Председатель УМС

_____ 2021 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	развивать способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности, а также отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; сформировать навыки использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов; умений осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.04
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Введение в профессиональную деятельность
2.1.2	Психология
2.1.3	Основы теории коммуникации
2.1.4	Основы связей с общественностью
2.1.5	Основы журналистики
2.1.6	Русский язык и культура речи
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Основы проектной деятельности
2.2.2	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (социальное проектирование)
2.2.3	Социальное проектирование в рекламе и связях с общественностью
2.2.4	Социология массовых коммуникаций
2.2.5	Психология массовых коммуникаций
2.2.6	Коммуникации в постиндустриальном обществе
2.2.7	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью

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

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	
3.1	Знать:
3.1.1	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
3.1.2	принципы социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
3.1.3	основы проектирования в профессиональной деятельности
3.2	Уметь:
3.2.1	использовать в работе современные приемы в рекламе и связях с общественностью
3.2.2	применять в работе современные приемы рекламной деятельности
3.2.3	учитывать основные характеристики целевой аудитории
3.2.4	ориентироваться в современной информационной среде, руководствуясь принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом
3.2.5	использовать инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий
3.3	Владеть:
3.3.1	этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом
3.3.2	разработкой рекламной продукции и создавать тексты для рекламных кампаний

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при проектировании своей профессиональной деятельности						
1.1	Инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий для проектирования /Лек/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2	0	Устный опрос
1.2	Формы и приемы поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий /Пр/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.4Л2.1Л3.1 Э1 Э2	0	практическое задание (на платформе LMSMoodleСурГУ)
1.3	Основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при проектировании своей профессиональной деятельности /Ср/	4	10	ОПК-4.2	Л1.2Л2.3 Э1 Э2	0	Подготовка практического задания (на платформе LMSMoodleСурГУ)
	Раздел 2. Основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных						
2.1	Основные характеристики целевой аудитории при проектировании своей профессиональной деятельности /Лек/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.3Л2.2Л3.1 Э1 Э2	0	Устный опрос
2.2	Создание текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов /Пр/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1Л2.3 Э1 Э2	0	практическое задание (на платформе LMSMoodleСурГУ)
2.3	Основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов /Ср/	4	10	ОПК-4.2	Л1.1Л2.2Л3.1 Э1 Э2	0	Подготовка практического задания (на платформе LMSMoodleСурГУ)
	Раздел 3. Отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью						
3.1	Проектирование в профессиональной деятельности информационной среды, руководствуясь принципами социальной ответственности /Лек/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.3Л2.2Л3.1 Э1 Э2	0	Устный опрос
3.2	Современные приемы в рекламе и связях с общественностью /Пр/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.3Л2.2Л3.1 Э1 Э2	0	практическое задание (на платформе LMSMoodleСурГУ)
3.3	Отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью /Ср/	4	14	ОПК-4.2	Л1.2Л2.3 Э1 Э2	0	Подготовка практического задания
	Раздел 4. Учет основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов при проектировании своей профессиональной деятельности						
4.1	Создание текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов /Лек/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.4Л2.4 Э1 Э2	0	Устный опрос
4.2	Этические нормы, принятые профессиональным сообществом рекламщиков в работе с рекламными	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.2 Л1.4Л2.2 Э1 Э2	0	практическое задание (на платформе

4.3	Учет основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов при проектировании своей профессиональной деятельности /Ср/	4	10	ОПК-4.2	Л1.2Л2.4Л3.1 Э1 Э2	0	Подготовка практического задания (на платформе LMS Moodle СурГУ)
4.4	/Контр.раб./	4	18	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1Л2.2 Л2.4Л3.1	0	
4.5	/Экзамен/	4	18	ОПК-4.2 ОПК-7.2		0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Приложение 1

5.2. Темы письменных работ

Приложение 1

5.3. Фонд оценочных средств

Приложение 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

Контрольная работа (на платформе LMS Moodle СурГУ), практическое (творческое) задание (на платформе LMS Moodle СурГУ), устный опрос

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Синчурина М. Г., Терпугова Е. А.	Реклама и связи с общественностью в различных сферах деятельности: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама" и "Связи с общественностью"	М.: МГИМО- Университет, 2007	1
Л1.2	Бова В. В., Кравченко Ю. А.	Основы проектирования информационных систем и технологий: Учебное пособие	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018, электронный ресурс	1
Л1.3	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
Л1.4	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: Учебник для бакалавров	Москва: Издательство Юрайт, 2020, электронный ресурс	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Пашкевич А. В.	Основы проектирования педагогической технологии. Взаимосвязь теории и практики: Учебно-методическое пособие	Москва: Издательский Центр РИОИ 2016, электронный ресурс	1
Л2.2	Тогоонова М.Х.	Дидактические основы проектирования авторских технологий обучения студентов: монография	Владикавказ: Северо- Осетинский государственный педагогический институт, 2016, электронный ресурс	1
Л2.3	Коцюба И.Ю., Чунаев А.В., Шиков А.Н.	Основы проектирования информационных систем: учебное пособие	Санкт-Петербург: Университет ИТМО, 2015, электронный ресурс	1
Л2.4	Пашкевич А.В.	Основы проектирования педагогической технологии. Взаимосвязь теории и практики: Учебно-методическое пособие	Москва: Издательский Центр РИОИ, 2018, электронный ресурс	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛЗ.1	Родермель Т.А.	Основы проектной деятельности: методические рекомендации	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2020, электронный ресурс	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
Э1	Проектная деятельность
Э2	Основы проектной деятельности
6.3.1 Перечень программного обеспечения	
6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических занятий должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. При проведении лекционных занятий в аудитории используется интерактивное оборудование (компьютер, мультимедийный проектор).

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Представлены в приложении 1	