


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о документе  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 26.04.2024 11:33:29  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

  
Председатель КСН  
М.Л. Белоножко  
«28» 08 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Введение в профессиональную деятельность

направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность: Диджитал маркетинг

форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 8.06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Диджитал маркетинг к результатам освоения дисциплины Введение в профессиональную деятельность

Рабочая программа рассмотрена  
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 1 от «28» августа 2020 г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоношко

Рабочую программу разработал:

Е.В. Мурзина, доцент кафедры МиМУ, к.с.н, доцент



## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины:** изучение теоретических основ рекламы и связей с общественностью как сфер профессиональной деятельности

**Основными задачами изучения курса являются:**

1. Изучить историю возникновения рекламы и связей с общественностью, этапы развития.
2. Овладеть понятийным аппаратом рекламы и связей с общественностью.
3. Получить основные знания о направлениях профессиональной деятельности и уметь их применять.
4. Ознакомиться с требованиями, предъявляемыми к специалисту по рекламе и связям с общественностью, понимая важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.
5. Получить навыки общественной деятельности с установкой на этическое, высоконравственное поведение в сфере рекламы и связей с общественностью, критически оценивая эффективность всех имеющихся ресурсов при решении поставленных задач.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Введение в профессиональную деятельность» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать: «Русский язык и деловая коммуникация»; «Социология»; «Основы социального государства».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

**Знание:**

- основ самоорганизации в любых направлениях профессиональной деятельности;
- основ саморазвития для перспективной профессиональной деятельности.

**Умения:**

- применять знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы;
- ставить перспективные цели для планирования своей профессиональной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда;
- реализовывать намеченные цели в профессиональной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.

**Владение:**

- навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных профессиональных задач перед менеджером по рекламе и связям с общественностью;
- навыками использования предоставляемых возможностей для приобретения новых знаний в своей профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины «Введение в профессиональную деятельность» служит основой для освоения дисциплин: «Социология и психология рекламы и связей с общественностью», «Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика

медиакommunikаций», «Рекламный менеджмент», «Управление коммуникационными проектами», «Конфликтология в рекламе и связях с общественностью».

### 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
<p><b>УК-6.</b> Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p><b>Знать</b> УК-6. 3.6.1. Знает основы самоорганизации и саморазвития</p>	<p><b>Знает</b> УК-6. 3.6.1.: основы самоорганизации в любых направлениях профессиональной деятельности; основы саморазвития для перспективной профессиональной деятельности</p>
	<p><b>Уметь</b> УК-6. У.6.1. Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы. УК-6. У.6.2. Понимает важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда. УК-6. У.6.3. Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p>	<p><b>Умеет:</b> УК-6. У.6.1. , УК-6. У.6.2., УК-6. У.6.3. применять знания о своих ресурсах и их пределах для успешного выполнения порученной работы; ставить перспективные цели для планирования своей профессиональной деятельности и реализовывать их с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда;</p>
	<p><b>Владеть</b> УК-6. В.6.1. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата. УК-6. В.6.2. Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и</p>	<p><b>Владеет</b> УК-6. В.6.1., УК-6. В.6.2.: навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных профессиональных задач перед менеджером по рекламе и связям с общественностью; навыками использования предоставляемых возможностей</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
	навыков.	для приобретения новых знаний в своей профессиональной деятельности.

#### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	1/1	34	18	-	56	экзамен
заочная	1/1	6	6	-	96	Экзамен, контрольная работа

#### 5. Структура и содержание дисциплины

##### 5.1. Структура дисциплины.

##### очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Реклама и связи с общественностью: общее и особенное.	4	2	-	4	10	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3.	Презентация
2	2	Генезис рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом.	4	2	-	4	10	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3.	Презентация
3	3	Классификация рекламы.	4	2	-	4	10	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3.	Выполнение практической работы
4	4	Основные технологии связей с общественностью	6	3	-	4	13	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3 УК-6. В.6.1. УК-6. В.6.2	Выполнение практической работы
5	5	Основные сферы деятельности в	6	3	-	4	13	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2.	Презентации Выполнение

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		области рекламы и связей с общественностью.						УК-6. У.6.3 УК-6. В.6.1. УК-6. В.6.2	ие практической работы
6	6	СМИ - важнейший инструмент деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.	4	3	-	3	10	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3 УК-6. В.6.1. УК-6. В.6.2	Выполнение практической работы
7	7	Современный менеджер по рекламе и связям с общественностью	6	3	-	6	15	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3 УК-6. В.6.1. УК-6. В.6.2	Презентация
8	Экзамен		-	-	-	27	27	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3 УК-6. В.6.1. УК-6. В.6.2	Экзаменационные вопросы
Итого:			34	18	-	56	108		

### заочная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Реклама и связи с общественностью: общее и особенное	0,5	0,5	-	9	10	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3.	Презентация
2	2	Генезис рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом.	0,5	0,5	-	12	13	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3.	Презентация
3	3	Классификация рекламы.	1	1	-	12	14	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3.	Выполнение практической работы
4	4	Основные технологии связей с общественностью	1	1	-	14	16	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3 УК-6. В.6.1. УК-6. В.6.2	Презентация
5	5	Основные сферы деятельности в области рекламы и связей с	1	1	-	14	16	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3 УК-6. В.6.1.	Презентации Выполнение практической

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		общественностью.						УК-6. В.6.2	ой работы
6	6	СМИ - важнейший инструмент деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью	1	1	-	12	14	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3 УК-6. В.6.1. УК-6. В.6.2	Выполнение практической работы
7	7	Современный менеджер по рекламе и связям с общественностью	1	1	-	14	16	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3 УК-6. В.6.1. УК-6. В.6.2	Презентация
8	Экзамен		-	-	-	9	9	УК-6. 3.6.1. УК-6. У.6.1. УК-6.У.6.2. УК-6. У.6.3 УК-6. В.6.1. УК-6. В.6.2	Экзаменационные вопросы, контрольная работа
Итого:			6	6	-	96	108		

### Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

### 5.2. Содержание дисциплины.

#### 5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

##### Раздел 1 «Реклама и связи с общественностью: общее и особенное».

Понятия «связи с общественностью» и «реклама», «интегрированные коммуникации». Связи с общественностью и реклама в системе гуманитарных и социально-экономических наук. Цели и задачи деятельности по рекламе и связям с общественностью.

##### Раздел 2. «Генезис рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом».

Основные этапы развития и становления рекламы и связей с общественностью в США, Европе, России. Понятия «протореклама», «протопиар». Роль рекламы и связей с общественностью в жизни современного общества.

##### Раздел 3. «Классификация рекламы».

Основные классификационные подходы к рекламе: по цели, территории, объекту и т.д.

##### Раздел 4. «Основные технологии связей с общественностью».

Имидж, паблисити, репутация. Спонсоринг и фандрайзинг. Специальные события. Процедурные технологии.

Раздел 5. «Основные сферы деятельности в области рекламы и связей с общественностью»

Основные характеристики рекламы и связей с общественностью в следующих сферах: государственная, политическая, социально-культурная, бизнес и коммерция, нефтегазовая отрасль, СМИ.

**Раздел 6.** «СМИ - важнейший инструмент деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью».

Понятия «СМК», «СМИ». Типология СМИ. Деловая этика во взаимодействии с журналистами. Российский и региональный медиарынок.

**Раздел 7.** «Современный менеджер по рекламе и связям с общественностью»

Общая характеристика функций менеджера по рекламе и связям с общественностью, составные части его профессиональной деятельности, статус, круг решаемых задач. Профессиональные требования к менеджеру по рекламе и связям с общественностью, стандарты в России и за рубежом, сертификация, лицензирование. Имидж менеджера и социально-психологический портрет менеджера по рекламе и связям с общественностью.

### Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	4	0,5	-	Связи с общественностью и реклама в системе гуманитарных и социально-экономических наук. Цели и задачи деятельности по рекламе и связям с общественностью.
2	2	4	1	-	Основные этапы развития и становления рекламы и связей с общественностью в США, Европе, России. Понятия «протореклама», «протопиар». Роль рекламы и связей с общественностью.
3	3	4	1	-	Основные классификационные подходы к рекламе: по цели, территории, объекту и т.д.
4	4	6	1	-	Имидж, паблисити, репутация. Спонсоринг и фандрайзинг. Специальные события. Процедурные технологии
5	5	6	1	-	Основные характеристики рекламы и связей с общественностью в следующих сферах: государственная, политическая, социально-культурная, бизнес и коммерция, нефтегазовая отрасль, СМИ.
6	6	4	1	-	Понятия «СМК», «СМИ». Типология СМИ. Деловая этика во взаимодействии с журналистами. Российский и региональный медиарынок.
7	7	6	1	-	Общая характеристика функций менеджера по рекламе и связям с общественностью, составные части его профессиональной деятельности, статус, круг решаемых задач. Профессиональные требования к менеджеру по рекламе и связям с общественностью, стандарты в России и за рубежом в области рекламы и связей с общественностью.



№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
Итого:		34	6	X	

### Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	0,5	-	Понятия «реклама», «связи с общественностью» - существенные характеристики. Отличие рекламы от связей с общественностью. Место данных видов деятельности в жизни современного общества.
2	2	2	0,5	-	Первые проявления проторекламы и протопиара. Основные вехи развития данных видов деятельности за рубежом. Генезис связей с общественностью и рекламы в России.
3	3	2	1	-	Классификация рекламы.
4	4	3	1	-	В чем отличие спонсоринга от фандрейзинга? Почему фасилитация, медиация, переговоры считаются процедурными технологиями? Чем фасилитация отличается от медиации? Почему имидж считается одним из основных понятий в рекламе и связях с общественностью?
5	5	3	1	-	Основные отличия коммерческой рекламы от социальной, политической. Связи с общественностью в социально-культурной, нефтегазовой сферах: принципы деятельности, особенности.
6	6	3	1	-	Характер и принципы работы специалиста по рекламе связям с общественностью со СМИ. Типология средств массовой информации. Управление информацией и инструирование новостей.
7	7	3	1	-	Имидж менеджера и социально-психологический портрет менеджера по рекламе и связям с общественностью, сертификация, лицензирование.
Итого:		18	6	X	X

### Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрен

### Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	4	10		Реклама и связи с общественностью: общее и особенное. Написать эссе об отличии рекламы и связей с общественностью, используя следующие критерии: цель, средства, результат деятельности.	Подготовка презентации Написание эссе
2	2	4	12		Генезис рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом. Примеры проторекламы, использующейся в настоящее время.	Подготовка презентации
3	3	4	14		Классификация рекламы. Подготовить подборку печатных, видео материалов, демонстрирующую изученные виды рекламы.	Подготовка к практическим занятиям
4	4	4	15		Основные технологии связей с общественностью. Подготовить отчет по мониторингу интернет-ресурсов, описывающих использование основных технологии связей с общественностью в России, Тюменской области.	Подготовка презентации
5	5	4	15		Основные сферы деятельности в области рекламы и связей с общественностью. Поиск примеров, демонстрирующих особенности сфер деятельности в области рекламы и связей с общественностью.	Подготовка презентации Подготовка к практическим занятиям
6	6	3	14		СМИ - важнейший инструмент деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью Составить аналитическую	Подготовка к практическим занятиям

					записку, описывающую основные СМИ Тюменской области.	
7	7	6	16	-	Современный менеджер по рекламе и связям с общественностью. Имидж менеджера. Составить психологический портрет менеджера по рекламе и связям с общественностью.	Подготовка презентации
8	1-7	27	9			Подготовка к экзамену, контрольной работе
Итого:		56	96	X	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

### **6. Тематика курсовых работ/проектов**

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

### **7. Контрольные работы**

**Тематика контрольных работ для студентов заочной формы обучения.**

1. Функции менеджера по рекламе и связям с общественностью.
2. Отношения с инвесторамис помощьютехнологий по связям с общественностью.
3. Лоббизм.
4. Структура отдела по рекламе и связям с общественностью.
5. Особенности взаимодействия со средствами массовой информации.
6. Развитие рекламы и связей с общественностью в России. Ведущие агентства отрасли.
7. Создание корпоративной культуры с помощью паблик рилейшнз.
8. Внутрифирменные средства коммуникации.
9. История развития рекламы и связей с общественностью за рубежом.
10. Спонсоринг как направление деятельности по связям с общественностью и рекламе.
11. Типология материалов, передаваемых в СМИ.
12. Функции пресс-секретаря.
13. Публичное выступление. Спичрайтинг.
14. Организация и проведение пресс-конференций.
15. Медиапланирование деятельности по рекламе и связям с общественностью.
16. Интернет-технологии, применяемые в рекламе и связях с общественностью.
17. Этические и правовые аспекты рекламы и связей с общественностью.
18. Организация и проведение презентации.
19. Понятие общестственности в паблик рилейшнз.

20. Организация и проведение кампаний по рекламе и связям с общественностью.
21. Задачи менеджера по рекламе и связям с общественностью в ходе избирательной кампании.
22. Презентация как технология рекламы и связей с общественностью.

### 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
<b>1 текущая аттестация</b>		
1.1	Готовая презентация по теме	10
1.2	Выполнение тестовых заданий по теме.	10
1.3	Выполнение практических заданий по теме.	10
ИТОГО за первую текущую аттестацию		30
<b>2 текущая аттестация</b>		
2.1	Готовая презентация по теме	10
2.2	Выполнение тестовых заданий по теме.	10
2.3	Выполнение практических заданий по теме.	10
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		30
<b>3 текущая аттестация</b>		
3.1	Выполнение тестовых заданий по теме.	10
3.2	Готовая презентация по теме	10
3.3	Выполнение практических заданий по теме.	10
3.4.	Итоговый тест	10
ИТОГО за третью текущую аттестацию		40
<b>ВСЕГО</b>		<b>100</b>

### 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГТУ (г. Ухта);

- ЭБС «Перспект»;
- ЭБС «Консультант студент»,

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

## **10. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

## **11. Методические указания по организации СРС**

11.1. Методические указания по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений бакалавриата, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 24с.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Метод. рек. к организации самостоятельной работы обучающихся всех направлений подготовки бакалавриата, всех форм обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 32 с.

### Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Введение в профессиональную деятельность

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа: Диджитал маркетинг

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знает основы самоорганизации и саморазвития (3.6.1.)	Не знает основ самоорганизации в любых направлениях профессиональной деятельности и основами саморазвития для перспективной профессиональной деятельности..	Демонстрирует отдельные знания: основ самоорганизации в любых направлениях профессиональной деятельности, а также основ саморазвития для перспективной профессиональной деятельности.	Демонстрирует достаточные знания основ самоорганизации в любых направлениях профессиональной деятельности, а также основ саморазвития для перспективной профессиональной деятельности.	Демонстрирует исчерпывающие знания основ самоорганизации в любых направлениях профессиональной деятельности и основ саморазвития для перспективной профессиональной деятельности.

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	<p>Умеет применять знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы. (У.6.1.)</p> <p>Понимает важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда. (У.6.2.)</p> <p>Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда. (УК-6. У.6.3.)</p>	<p>Не умеет применять знания о своих ресурсах и их пределах для успешного выполнения порученной работы;</p> <p>ставить перспективные цели для планирования своей профессиональной деятельности и реализовывать их с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда;</p>	<p>Умеет применять знания о своих ресурсах и их пределах для успешного выполнения порученной работы;</p> <p>ставить перспективные цели для планирования своей профессиональной деятельности и реализовывать их с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда, допуская значительные неточности и погрешности</p>	<p>Умеет применять знание о своих ресурсах и их пределах для успешного выполнения порученной работы;</p> <p>ставить перспективные цели для планирования своей профессиональной деятельности и реализовывать их с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда, допуская незначительные неточности</p>	<p>В совершенстве умеет применять знания о своих ресурсах и их пределах для успешного выполнения порученной работы;</p> <p>ставит перспективные цели для планирования своей профессиональной деятельности и умеет реализовывать их с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p>

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата. (В.6.1.) Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков. (В.6.2.)	Не владеет навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных профессиональных задач перед менеджером по рекламе и связям с общественностью; навыками использования предоставляемых возможностей для приобретения новых знаний в своей профессиональной деятельности.	Владеет навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных профессиональных задач перед менеджером по рекламе и связям с общественностью; навыками использования предоставляемых возможностей для приобретения новых знаний в своей профессиональной деятельности, допуская ряд ошибок	Хорошо владеет навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных профессиональных задач перед менеджером по рекламе и связям с общественностью; навыками использования предоставляемых возможностей для приобретения новых знаний в своей профессиональной деятельности, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет навыками оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных профессиональных задач перед менеджером по рекламе и связям с общественностью; навыками использования предоставляемых возможностей для приобретения новых знаний в своей профессиональной деятельности.



**КАРТА**

**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина: Введение в профессиональную деятельность

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа: Диджитал маркетинг

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	<b>Синяева, Инга Михайловна.</b> Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - Москва : Юрайт, 2020. - 552 с. - (Бакалавр. Академический курс). - URL:	ЭР	25	100	+
2	<b>Емельянов, Станислав Михайлович.</b> Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2020. - 197 с. - (Высшее образование). - URL: <a href="https://urait.ru/bcode/453403">https://urait.ru/bcode/453403</a> . - Режим	ЭР	25	100	+
3	<b>Фадеева, Елена Николаевна.</b> Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. - Москва : Юрайт, 2020. - 263 с. - (Высшее образование). - URL: <a href="https://urait.ru/bcode/450027">https://urait.ru/bcode/450027</a> . - Режим	ЭР	25	100	+
4	<b>Жильцова, Ольга Николаевна.</b> Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 233 с. - (Высшее образование). - URL: <a href="https://urait.ru/bcode/451045">https://urait.ru/bcode/451045</a>	ЭР	25	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножко

Директор БИК



Д.Х. Каюкова