

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о документе
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 26.04.2024 11:53:43
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Председатель КСН



М.Л. Белоножко

«30» августа 2021 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 «30» августа 2021 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>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>Знать УК-6. 3.6.1. Знает основы самоорганизации и саморазвития</p>	<p>Знает УК-6. 3.6.1.: основы самоорганизации в любых направлениях профессиональной деятельности; основы саморазвития для перспективной профессиональной деятельности</p>
	<p>Уметь 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>Умеет: 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>Владеть 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>Владеет 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 общественности 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
1 текущая аттестация		
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
2 текущая аттестация		
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
3 текущая аттестация		
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
ВСЕГО		100

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 так же основ саморазвития для перспективной профессиональной деятельности.	Демонстрирует достаточные знания основ самоорганизации в любых направлениях профессиональной деятельности, а так же 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
	<p>Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата. (В.6.1.)</p> <p>Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков. (В.6.2.)</p>	<p>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.</p>	<p>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</p>	<p>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</p>	<p>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.</p>

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	Синяева, Инга Михайловна. 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: https://urait.ru/bcode/453403 .	ЭР	25	100	+
2	Емельянов, Станислав Михайлович. 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: https://urait.ru/bcode/453403 . - Режим	ЭР	25	100	+
3	Фадеева, Елена Николаевна. 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: https://urait.ru/bcode/450027 . - Режим	ЭР	25	100	+
4	Жильцова, Ольга Николаевна. 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: https://urait.ru/bcode/451045	ЭР	25	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножко

Директор БИК

 Д.Х. Каюкова