

**Частное образовательное учреждение высшего образования
"Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"**



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Н.А.Еськова

31 августа 2023 г.

Введение в профессию

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»
рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой **Кафедра управления и связей с общественностью**

Квалификация	Бакалавр		
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ		
Форма обучения	очная		
Часов по учебному плану	108		Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачет 1
аудиторные занятия	36,3		
самостоятельная работа	71,7		
часов на контроль	0		
Форма обучения	очно-заочная		
Часов по учебному плану	108		Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачет 2
аудиторные занятия	12,3		
самостоятельная работа	91,7		
часов на контроль	4		
Форма обучения	заочная		
Часов по учебному плану	108		Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачет с оценкой 1
аудиторные занятия	10,3		
самостоятельная работа	94		
часов на контроль	3,7		

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Вид занятий				
Лекции	18		18	
Практические	18		18	
Контактная работа на аттестацию	0,3		0,3	
Итого ауд.	36,3		36,3	
Контактная работа	36,3		36,3	
Сам. работа	71,7		71,7	
Итого	108		108	

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
Вид занятий				
Лекции	4		4	
Практические	8		8	
Контактная работа на аттестацию	0,3		0,3	
Итого ауд.	12,3		12,3	
Контактная работа	12,3		12,3	
Сам. работа	91,7		91,7	
Часы на контроль	4		4	
Итого	108		108	

**Распределение часов дисциплины по курсам
заочная форма**

Курс	1		Итого	
Вид занятий				
Лекции	4		4	
Практические	6		6	
Контактная работа на аттестацию	0,3		0,3	
Итого ауд.	10,3		10,3	
Контактная работа	10,3		10,3	
Сам. работа	94		94	
Часы на контроль	3,7		3,7	
Итого	108		108	

Программу составил(и):

к.г.н, доцент Еськова Наталья Анатольевна



Рецензент(ы):

Директор рекламно-полиграфической
компании

ООО «Структура печати» Гребнев Л.Е.

Рабочая программа дисциплины

Введение в профессию

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

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

Профиль "Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности"

утвержденного учёным советом вуза от 31.08.2023 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _30.08_ 2023 г. № _1_

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры
Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2024 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель дисциплины - освоение студентами системы научно- практических знаний, умений и компетенций в области рекламы и связей с общественностью и реализация их в своей профессиональной деятельности.

Задачами учебной дисциплины «Введение в профессию» являются:

1. 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».
2. Развитие интереса к будущей профессии.
3. Получение системного представления об истории рекламы и PR, основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении этой области профессиональной деятельности.
4. Получение системного представления о современном состоянии отрасли «Реклама и связи с общественностью»: основных специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объёмах деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Адаптация инвалидов и лиц с ОВЗ в образовательной среде вуза
2.1.2	Экономика
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Гражданское право
2.2.2	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
2.2.3	Право
2.2.4	Основы менеджмента
2.2.5	Основы самоменеджмента
2.2.6	Правовые основы PR
2.2.7	профессионально-ознакомительная практика
2.2.8	Основы маркетинга
2.2.9	профессионально-творческая практика
2.2.1	Производственная практика
2.2.1	Мировые информационные ресурсы
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

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

УК-6.1: Понимает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда

Знать: принципы самовоспитания и самообразования

Уметь: анализировать требования рынка труда в целях самообразования

Владеть: практическими навыками самовоспитания и самообразования исходя из требований рынка труда

УК-10.1: Понимает сущность коррупционного поведения, экстремисткой и террористической деятельности и их взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями

Знать: сущность коррупционного поведения, экстремизму и терроризму

Уметь: определять взаимосвязь коррупционного поведения, экстремизма и терроризма с социальными, экономическими, политическими и иными условиями

Владеть: навыками выявления коррупционного поведения, экстремизма и терроризма

ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

Знать: цели и задачи профессиональной деятельности в соответствии с социологическими данными и с запросами и потребностями общества;

Уметь: определять соответствие аудитории и канала коммуникации;

Владеть: выделять рекламные и PR-материалы в общем информационном потоке.

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

Знать: особенности организации коммуникаций, основные механизмы взаимосвязи поведения сотрудников и эффективности организации;
Уметь: выстраивать эффективные корпоративные коммуникационные каналы и использовать современные технические средства передачи информации, вести подготовку рекламных продуктов;

ОПК-4.3: Применяет навыки ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Знать: особенности соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
Уметь: интерпретировать результаты социологических данных под запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп в профессиональной деятельности.
Владеть: навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ОПК-5.1: Понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Знать: основные составляющие интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью; основные термины интегрированных коммуникаций; основные теории интегрированных коммуникаций основные технологии в сфере рекламы; основные технологии в сфере связей с общественностью; основные этапы разработки и организации специального события как как технологии интегрированных коммуникаций; специфику социальной рекламы; историю рекламы и связей с общественностью.
Уметь: ориентироваться в актуальных проблемах теории и практики интегрированных коммуникаций; применять на практике основные технологии интегрированных коммуникаций; грамотно сочетать инструменты продвижения компании, организации, формирования имиджа; проводить СВОТ анализ ситуации в организации; работать со СМИ.
Владеть: понятийно-категориальным аппаратом; опытом самостоятельной работы в сфере событийного маркетинга; опытом самостоятельной работы с средствами массовой коммуникации; навыками работы с информационными ресурсами.

ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Знать: специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы в организациях различного типа;
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации;
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур.

ОПК-5.3: Применяет навыки учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Владеть: навыками учета тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • цели и задачи профессиональной деятельности; • ключевые понятия; • базовые технологии; • основные сведения по истории рекламы и PR; • особенности современного этапа развития этой области профессиональной деятельности.
3.2	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выделять рекламные и PR-материалы в общем информационном потоке; • анализировать рекламные и PR-кампании на предмет их соответствия основным этическим нормам рекламной и PR-деятельности; • определять соответствие аудитории и канала коммуникации.

3.3 Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> • навыками применять навыки учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования • навыками осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы • навыками понимать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях • навыками применять навыки ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности • навыками использовать 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 • навыками соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп • навыками понимать сущность коррупционного поведения, экстремисткой и террористической деятельности и их взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями • навыками понимать основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда
---------------------	--

стр. 6

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) очная форма							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов всего/л/п	Компетен -	Литература	Инте ракт.	Сам.рабо та
1.	Тема 1. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития рекламы и связей с общественностью как	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.1 ОПК-5.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		14
2.	Тема 2. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.2 ОПК-5.2	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		14
3.	Тема 3. Основные профессиональные термины и понятия	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.3 ОПК-5.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	14
4.	Тема 4. Профессиональные требования к PR-специалисту и его функции	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-5.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	18
5.	Тема 5. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.	1/2	3/1/2	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.3 ОПК-5.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		19,7
6.	Тема 6. Основные аспекты деятельности PR	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.3 ОПК-5.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		14
7.	Тема 7. Профессиональная этика	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.3 ОПК-5.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		14
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) очно-заочная форма							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов всего/л/п	Компетен -	Литература	Инте ракт.	Сам.рабо та

1.	Тема 1. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития рекламы и связей с общественностью как	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.1 ОПК-5.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		13
2.	Тема 2. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.2 ОПК-5.2	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		13
3.	Тема 3. Основные профессиональные термины и понятия	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.3 ОПК-5.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	13
4.	Тема 4. Профессиональные требования к PR-специалисту и его функции	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-5.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	13
5.	Тема 5. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.	1/2	3/1/2	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.3 ОПК-5.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		13
6.	Тема 6. Основные аспекты деятельности PR	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.3 ОПК-5.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		13
7.	Тема 7. Профессиональная этика	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.3 ОПК-5.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		13,7

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

заочная форма

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр/ Курс	Часов всего/л/п	Компетен -	Литература	Инте ракт.	Сам.рабо та
1.	Тема 1. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития рекламы и связей с общественностью как	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.1 ОПК-5.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		13
2.	Тема 2. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.2 ОПК-5.2	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		13
3.	Тема 3. Основные профессиональные термины и понятия	1/2	1/0,5/0,5	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.3 ОПК-5.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	13
4.	Тема 4. Профессиональные требования к PR-специалисту и его функции	1/2	1/0,5/0,5	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.1 ОПК-4.2	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	13
5.	Тема 5. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.	1/2	2/1/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.3 ОПК-5.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		14
6.	Тема 6. Основные аспекты деятельности PR	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.3 ОПК-5.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		14
7.	Тема 7. Профессиональная этика	1/2	1,5/0,5/1	УК-6.1 УК-10.1 ОПК-4.3 ОПК-5.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		14

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к зачету

1. Понятие и специфика связей с общественностью.
2. ФГОС "Реклама и связи с общественностью" 3+.
3. ФГОС "Реклама и связи с общественностью" 3++.
4. Специфика PR-технологий.
5. Характеристика PR-технологий.
6. Организационное консультирование. PR-службы.
7. Факторов деятельности PR-служб.
8. Характер и содержание PR.
9. Виды деятельности, характеризующие PR.
10. Дайте характеристику научного базиса PR.
11. Сильные стороны российского PR.
12. Перспективы развития PR в России.
13. Принципы, на которых должны строиться взаимоотношения PR специалиста и журналиста.
14. Выбор СМИ для освещения PR-акций.
15. Основные сферы деятельности PR-бизнеса.
16. Характеристика целевой аудитории бизнес – PR.
17. Электронные СМИ в PR-работе.
18. Характеристика профессиональных требований к специалисту по связям с общественностью.
19. Характеристика рабочих мероприятий.
20. Регулирование деятельности по связям с общественностью.
21. Роль связей с общественностью в гражданском обществе.
22. Функции специалиста по связям с общественностью.
23. Обязанности специалиста по связям с общественностью.
24. Международные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.
25. Национальные профессиональные объединения по связям с общественностью.

5.2. Темы письменных работ

Темы докладов:

1. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение.
2. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО)
3. Декларация профессиональных и этических принципов РАСО.
4. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность
5. Виды кодексов профессионального поведения специалиста
6. Крупнейшие международные и национальные агентства.
7. Профессиональные издания.
8. PR в Интернете.
9. Кодекс профессиональных стандартов PRSA.
10. Декларация этических принципов РАСО.
11. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.
12. Коммуникация как социальное действие
13. Схема коммуникации К. Шеннона.
14. Роль социально-коммуникационных революций в развитии общества.
15. Основные теории массовых коммуникаций.
16. Технологии построения имиджей.
17. Концепция формирования брэнда.
18. Особенности рекламы на телевидении.
19. Особенности рекламы в печатных изданиях.
20. Основные характеристики и структура медиаплана.
21. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.

5.3. Фонд оценочных средств

Оценочные материалы для текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы рассмотрены и одобрены на заседании кафедры от « 30 » 08 2023 г. протокол № 1, являются приложением к рабочей программе

5.4. Перечень видов оценочных средств

контрольная работа, практические задания, доклад, тест, ситуационные задачи

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

6.1.1.1 Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2018. - 192 с.: - (Карманное учебное пособие). - ISBN 978-5-369-00534-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400> (дата обращения: 05.09.2023). – Режим доступа: по подписке.

6.1.1.2	Варакута, С. А. Связи с общественностью : учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/993597 (дата обращения: 05.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.1.3	Музыкант, В. Л. Реклама : учебное пособие / В. Л. Музыкант. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2019. - 208 с. - (Высшее образование: Азбука рекламы). - ISBN 978-5-369-00780-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1002350 (дата обращения: 05.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2. Дополнительная литература	
6.1.2.1	Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993 года) // СПС «Консультант Плюс».
6.1.2.2	Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // СПС «Консультант Плюс».
6.1.2.3	Черепанов, В. Д. Реклама и связи с общественностью в кризисных ситуациях : учебное пособие / В. Д. Черепанов. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 170 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1896544 (дата обращения: 05.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.4	Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник / А.А. Марков. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2518. - ISBN 978-5-16-006212-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1819448 (дата обращения: 05.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.5	Музыкант, В. Л. Реклама : учебное пособие / В. Л. Музыкант. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2019. - 208 с. - (Высшее образование: Азбука рекламы). - ISBN 978-5-369-00780-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1002350 (дата обращения: 05.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.6	Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии : практическое пособие / П. А. Кузнецов. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К ^о », 2022. - 294 с. - ISBN 978-5-394-04872-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2082442 (дата обращения: 05.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.7	Осипова, Е. А. Аксиологические основания теории связей с общественностью: Монография / Осипова Е.А. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 228 с. (Научная мысль) ISBN 978-5-16-011432-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/524403 (дата обращения: 05.09.2023)
6.1.2.8	Бузни, Е. Н. История связей с общественностью : учебное пособие / Е. Н. Бузни. — 2-е изд. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 224 с. - ISBN 978-5-9558-0347-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1840496 (дата обращения: 05.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.9	Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213. - ISBN 978-5-16-013595-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1068921 (дата обращения: 05.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.10	Черепанов, В. Д. Технологии рекламы и связей с общественностью в различных средах : учебно-методическое пособие / В. Д. Черепанов. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 44 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1896574 (дата обращения: 05.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.2. Перечень ресурсов сети «Интернет»	
6.2.1	Официальный сервер органов власти РФ. URL: http://www.gov.ru/
6.3.1 Перечень программного обеспечения	
6.3.1.1.	ConsultantPlus (правовая информационная система, договор №459363 от 21.11.2019, российское ПО)
6.3.1.2.	Windows 7 (операционная система, договор № 48509295 от 17.05. 2011)
6.3.1.3.	MSOffice2010 (комплект офисного ПО, договор № 48509295 от 17.05. 2011)
6.3.1.4.	Lazarus (открытая среда разработки программного обеспечения на языке ObjectPascal для компилятора FreePascal, открытое ПО)
6.3.1.5.	OpenOffice (комплект офисного ПО, открытое ПО)
6.3.1.6.	NVDA (ПО для помощи людям с ОВЗ управлять компьютером, открытое ПО)
6.3.1.7.	WindowsXP (операционная система, лицензия №42036743 от 16.04.2007)
6.3.1.8.	MSOffice 2007 (комплект офисного ПО, лицензия №43224817 от 19.12.2007)
6.3.1.9.	AstraLinux Орел (операционная система на базе DebianGNU/Linux, открытое ПО)
6.3.1.10.	LibreOffice (кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом, открытое ПО)
6.3.2 Перечень информационных справочных систем оставляем	
6.3.2.1	Научная электронная библиотека, ИСС, http://elibrary.ru
6.3.2.2	Российская Государственная библиотека, ИСС, http://www.rsl.ru
6.3.2.3	Федеральная служба государственной статистики, база данных, https://rosstat.gov.ru/
6.3.2.4	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Курской области, база данных, https://kurskstat.gks.ru/
6.3.2.5	Электронно-библиотечная система Znanium.com, база данных,
6.3.2.6	Официальный интернет-портал правовой информации, база данных http://pravo.gov.ru/
6.3.2.7	Научная библиотека КиберЛенинка, ИСС, http://cyberleninka.ru/

6.3.2.8	Федеральный портал проектов нормативных правовых актов, база данных, https://regulation.gov.ru/
6.3.2.9	Информационно-правовой портал Право.ru, ИСС, https://pravo.ru/
6.3.2.10	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия), ИСС, http://uisrussia.msu.ru/
6.3.2.11	Федеральный портал «Российское образование», ИСС, http://www.edu.ru/
6.3.2.12	Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» (электронные статьи), ИСС, http://www.ecsocman.edu.ru

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1.	305000, Российская Федерация, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, дом 35, Ауд. 404
7.2.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
7.3.	Столы учебные, стулья, доска маркерная, наглядные пособия по структуре населения, географические карты, жалюзи, кафедра, короб подвесной

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические рекомендации студентам в период работы на лекционных занятиях. Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, в виде проблемных дискуссий в форме диалога.

Излагаемый материал может показаться студентам сложным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных источников, в том числе – зарубежных. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике при решении учебных профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель. Лекционное занятие должно быть содержательным, проблемным, диалоговым, интересным, эффективным, отличаться новизной рассмотрения учебных вопросов.

Студентам, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским/практическим занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и умение работать в сети «Интернет».

Методические рекомендации студентам по подготовке к практическим занятиям.

По каждой теме учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у студентов, формирование и развитие у них умений и навыков применения знаний для успешного решения прикладных психологических задач. Практическое занятие проводится в соответствии с учебным планом.

Подготовка студентов к практическому занятию включает:

- заблаговременное ознакомление с планом семинара/практического занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, эссе, реферата по указанию преподавателя;
- освоение своей роли как участника тренинга или деловой игры;
- заблаговременное решение учебно-профессиональных задач к занятию.

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение студентами знаний, но и направленных на развитие у них практических умений и навыков, а также творческого мышления, научного мировоззрения, профессиональных представлений и способностей.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны прочитать записи лекций, изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить задания для самостоятельной работы. Особое внимание следует уделить осмыслению новых понятий и психологических категорий.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1–2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить в виде текстов и презентаций развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Студент должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряются и поощряются инициативные выступления с докладами, эссе по темам практических занятий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников. При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на систематичность и регулярность изучения основной и дополнительной литературы, конспекта лекций, а также выполнения домашних заданий. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. Особое внимание необходимо обратить на подготовку к практическим занятиям, предусматривающим моделирование различных ситуаций взаимного влияния людей в деятельности и общении на ЭВМ. Подготовленные студентами модели должны быть адекватными, доступными для непосредственного восприятия, конкретными, определенными, изменчивыми и т.д.

Методические рекомендации студентам по подготовке к контрольным заданиям, фиксированных выступлений и докладов к практическим занятиям. При подготовке к докладу на практическом занятии по теме, указанной преподавателем, студент должен ознакомиться не только с основной, но и с дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада, эссе и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 20-25 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения. Особенно следует обратить внимание на безусловную обязательность решения домашних задач, указанных преподавателем к практическому занятию.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету.

При подготовке к зачету студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть основные задания, выполненные самостоятельно и на практических занятиях, а также составить ответы на все вопросы, вынесенные на зачет.