

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины**  
**«Б1.О.01 ВВЕДЕНИЕ В НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ»**  
(код и наименование дисциплины)

**Направление подготовки/специальность:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;  
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 2 зачетных единицы (72 часов), для ЗФО 2 зачетных единицы (72 часов)

**Цель освоения дисциплины** – формирование среди студентов первоначальных представлений о PR-деятельности и рекламе как объектах изучения и начальная подготовка обучающихся к практической деятельности в профессиональной сфере.

**Задачи дисциплины** – состоят в знакомстве с категориальным аппаратом и основными дефинициями рекламы, изучении определения и теоретических основ PR, общественного мнения, этики, исследований и права. Также проводится обзорный анализ компетенций PR-специалиста, в том числе, техник коммуникации, кризисного управления и интегрированных маркетинговых коммуникаций, анализ навыков и приемов, необходимых для PR-специалиста и рекламиста. Важной задачей также является знакомство с историей рекламной деятельности, знакомство с законодательными основами рекламной и PR-деятельности.

Решение вышеперечисленных задач будет способствовать формированию коммуникативной компетентности будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

**Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Введение в направление подготовки» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной и на 1 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине ( <i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i> )
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	
ИУК-1.1. Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результат анализа поставленной задачи.	Знает необходимую информацию по решению поставленных задач. Умеет проводить критический анализ необходимой информации. Владеет навыками синтеза необходимой информации, опираясь на результат анализа поставленной задачи.
ИУК-1.2. Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор.	Знает варианты решения задачи. Умеет выбирать оптимальный вариант решения задачи. Владеет навыками аргументации по выбору оптимального решения задачи.

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.  
Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре 1 курса (очная форма обучения)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Основы деятельности специалиста по связям с общественностью	9	2	2	–	5
2.	Реклама как маркетинговая коммуникация	9	2	2	–	5
3.	Коммуникационные практики и каналы коммуникации	9	2	2	–	5
4.	Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций	9	2	2	–	5
5.	Рекламное сообщение, рекламная деятельность, рекламный рынок	9	2	2	–	5
6.	Основные этапы генезиса рекламы	9	2	2	–	5
7.	Генезис связей с общественностью	7	2	2	–	3
8.	Коммуникативные тенденции новейшего времени	8,8	2	4	–	2,8
	<i>Итого по дисциплине:</i>	<i>59,8</i>	<i>16</i>	<i>18</i>	<i>–</i>	<i>35,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	36,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.  
Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре 1 курса (заочная форма обучения)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Основы деятельности специалиста по связям с общественностью	9	1		–	8
2.	Реклама как маркетинговая коммуникация	9		1	–	8
3.	Коммуникационные практики и каналы коммуникации	9	1		–	8
4.	Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций	9		1	–	8
5.	Рекламное сообщение, рекламная деятельность, рекламный рынок	9	1		–	8
6.	Основные этапы генезиса рекламы	9		1	–	8
7.	Генезис связей с общественностью	9	1		–	8
8.	Коммуникативные тенденции новейшего времени	5		1	–	4
	<i>Итого по дисциплине:</i>	68	4	4	–	60
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	3,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

**Курсовые работы:** не предусмотрены

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** зачет

Автор А.А. Бельтюков, доцент, канд. филол. наук