

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Новороссийский филиал
Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»



Ирицян Г.Э.

Введение в специальность

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

образовательная программа «Реклама и связи с общественностью»

профиль «Интегрированные коммуникации»

Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала

Финуниверситета протокол № 32 от 29.01.2026 г.

Новороссийск 2026

Содержание

1. Наименование дисциплины.....	5
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине.....	5
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
4. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	7
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....	7
5.1. Содержание дисциплины.....	7
5.2. Учебно-тематический план.....	10
5.3. Содержание семинаров, практических занятий.....	11
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	12
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	12
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	14
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	17
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	19
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	21
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	22
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	25
12. Описание материально- технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	26

1. Наименование дисциплины

«Введение в специальность»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Дисциплина «Введение в специальность» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) обеспечивает формирование следующих компетенций.

Таблица 1.

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (владения ² , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
УК-9	Способность к индивидуальной и командной работе, социальному взаимодействию, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении	1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, участвуя в обмене информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы. 2. Соблюдает этические нормы в межличностном профессиональном общении. 3. Понимает и учитывает особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности	Знать стратегии и способы организации коллективной работы для достижения различных целей; Уметь взаимодействовать в команде для выполнения поставленной задачи. Знать этические нормы в профессиональной деятельности; Уметь руководствоваться этическими нормами в профессиональной деятельности. Знать способы формирования команды, учитывая личный характер каждого, для решения профессиональных задач; Уметь организовывать работу команды, учитывая особенности распределения ролей и поведения.

1 Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО 3++

2 Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

ПКН-1	Способность создавать коммуникационные продукты, востребованные обществом и коммуникационными индустриями, в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	1. Создает коммуникационные продукты в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет- контента. 2. Корректирует созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	Знать основы тайм-менеджмента, личностного развития и построения карьеры, принципы образования в течение всей жизни; Уметь эффективно распределять свой ресурс времени для личного развития и построения профессиональной траектории. Знать возможности и способы саморазвития и самореализации в избранной профессии; Уметь самостоятельно приобретать новые знания и навыки, исходя из поставленной цели в профессиональной деятельности. Знать систему личностной мотивации и целеполагания в обучении и профессиональной деятельности. Уметь использовать и наращивать ресурсный потенциал для решения профессиональных задач и достижения цели.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Введение в специальность» является дисциплиной обязательной части и входит в социально-гуманитарный модуль образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 2

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	1 семестр (в часах)
----------------------------------	--------------------------	------------------------

Общая трудоемкость дисциплины	36	36
<i>Контактная работа – Аудиторные занятия</i>	16	16
<i>Лекции</i>	8	8
<i>Семинары, практические занятия</i>	8	8
<i>Самостоятельная работа</i>	20	20
Вид текущего контроля	-	-
Вид промежуточной аттестации	зачет	зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Предназначение дисциплины «Введение в специальность».
Правовые основы высшего образования в Российской Федерации.

Структура и задачи дисциплины «Введение в специальность».
Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины.

Права, обязанности и ответственность студентов согласно Федеральному закону «Об образовании в Российской Федерации».

Федеральные государственные образовательные стандарты (далее – ФГОС), их структура. Характеристика образовательных программ высшего образования: программ бакалавриата, программ магистратуры, программ подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре.

Право Финансового университета на разработку образовательных стандартов. Особенности образовательных стандартов Финансового университета (далее – ОС ФУ).

Тема 2. Содержание образовательной программы, социальные партнеры, научные школы.

Содержание ФГОС/ОС ФУ высшего образования по конкретному направлению подготовки: характеристика профессиональной деятельности выпускника: области и объекты профессиональной деятельности, виды профессиональной деятельности, профессиональные задачи, которые должен

решать выпускник, перечень компетенций выпускника, формируемый в ходе освоения образовательной программы по направлению подготовки.

Профессиональный стандарт. Характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида деятельности: характеристика обобщенных трудовых функций, трудовые функции, трудовые действия, необходимые умения и знания.

Содержание образовательной программы по направлению: социально-гуманитарная, математическая и информационная, общепрофессиональная подготовка.

Формирование профиля программы бакалавриата в соответствии с требованиями профессионального стандарта (при наличии). Взаимосвязь профессиональных компетенций профиля и обобщенных трудовых функций и трудовых функций.

Социальные партнеры образовательной программы: характеристика мест практики и потенциального трудоустройства выпускников, встречи с работодателями, участвующими в реализации образовательной программы. Научные школы и традиции выпускающего департамента/кафедры.

Тема 3. Организация учебного процесса и основные нормативные акты Финуниверситета.

Устав Финансового университета. Правила внутреннего распорядка обучающихся. Положение о порядке обработки персональных данных в Финуниверситете. Корпоративные правила «Одежда обучающихся в Финуниверситете». Кампусные карты. Положение о старосте группы. Стипендии и иные виды материального поощрения, порядок их назначения. Порядок приостановления выплат стипендий. Порядок перехода с платной формы обучения на бюджетную. Скидки в оплате за обучение.

Содержание учебного плана, календарный график учебного процесса, каникулы, их виды и продолжительность, рабочие программы дисциплин, практик, регламент записи на дисциплины по выбору, расписание занятий.

Виды учебной работы: лекции, семинарские и практические занятия, виды аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы. Используемые технологии обучения. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация студентов, включая балльно-рейтинговую систему Финансового университета. Государственная итоговая аттестация и ее виды.

Тема 4. Организационная структура и органы управления Финансовым университетом.

Ректорат. Деканат. Департаменты, кафедры и их педагогический состав. Материально-техническая база: учебные корпуса и общежития, организация питания. Характеристика деятельности структурных подразделений университета. Охрана здоровья: спортивно-оздоровительный комплекс, медицинские услуги. Центр воспитательной работы: творческие коллективы, клубы по интересам, студенческий совет.

Информационная поддержка образовательной деятельности в Финуниверситете: Библиотечно-информационный комплекс. Образовательный портал. Интернет-ресурсы. Корпоративный портал.

Тема 5. Организация научной работы со студентами.

Научно-исследовательская работа студентов (далее – НИРС): цель и задачи НИРС, виды НИРС, формы обязательной НИРС, формы дополнительной НИРС, руководство и контроль НИРС, формы организации и проведения НИРС (научные кружки, научные проблемные группы студентов, научные студенческие мероприятия, неделя науки). Студенческое научное общество.

Этапы научно-исследовательской работы: определение цели исследования, объекта и предмета исследования, постановка задач, выбор методов исследования, обработка и обобщение полученных данных, интерпретация результатов исследования. Курсовая работа как вид научно-исследовательской работы студентов и основа будущей выпускной квалификационной работы. Выпускная квалификационная работа.

Тема 6. Международная деятельность Финансового университета.

Сотрудничество с зарубежными вузами-партнерами из стран Европы, Азии и СНГ. Международная ассоциация организаций финансово-экономического образования. Виды международных образовательных программ: включенное обучение, «двойной диплом», летние школы, языковые стажировки. Иностранные стипендии и гранты. Приложение к диплому Финуниверситета, сопоставимое с общеевропейским (Diploma Supplement).

Тема 7. История Финансового университета.

История Финансового университета с 1917 года. Традиции университета. Научные школы. Выдающиеся выпускники и их вклад в развитие финансовой системы СССР и Российской Федерации, в социально-экономическое развитие России.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 3

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоёмкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа				Сам. работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практическ ие занятия	Занятия в интеракт ивных формах		
1.	Предназначение дисциплины «Введение в специальность». Правовые основы высшего образования в Российской Федерации	4	2	2	-	0,5	2	Опрос, дискуссия. Домашнее самостоятел ьное задание
2.	Содержание образовательной программы, социальные партнеры, научные школы	8	4	2	2	1	4	Опрос, дискуссия. Домашнее самостоятел ьное задание
3.	Организация учебного процесса	8	2	-	2	1	6	Опрос, дискуссия.

	и основные нормативные акты Финуниверситета							Домашнее самостоятельное задание
4.	Организационная структура и органы управления Финансовым университетом	4	2	2	-	0,5	2	Опрос, дискуссия. Домашнее самостоятельное задание
5.	Организация научной работы со студентами	4	2	2	-	0,5	2	Опрос, дискуссия, домашнее самостоятельное задание
6.	Международная деятельность Финансового университета	4	2	2	-	0,5	2	Опрос, дискуссия. Домашнее самостоятельное задание
7.	История Финансового университета	4	2	2	-	-	2	
	В целом по дисциплине	36	16	12	4	4	20	Согласно учебному плану: -
	Итого в %					25		

5.3 Содержание семинаров и практических занятий

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8, 9	Формы проведения занятий
Содержание образовательной программы, социальные партнеры, научные школы	Характеристика образовательной программы высшего образования бакалавриата по избранному профилю. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Разработка образовательных стандартов Финансового университета. Характеристика трудовых функций, необходимые профессиональные знания	Опрос, дискуссия, деловая игра

	и умения. (8.3, 8.4, 8.6, 8.7, 9.5, 9.7)	
Организация учебного процесса и основные нормативные акты Финуниверситета	Регулирование учебного процесса. Общие и корпоративные нормы и правила в Финансовом университете. Правила внутреннего распорядка обучающихся. Организация учебного процесса: содержание учебного плана, календарный график учебного процесса, рабочие программы дисциплин, практик, расписание занятий. Виды учебной работы и используемые технологии обучения. Контроль успеваемости студентов, балльно-рейтинговая система Финансового университета. (8.2, 8.3, 8.4, 8.6, 8.10, 9.5, 9.7)	Опрос, дискуссия, построение моделей

6. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 5

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное усвоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Предназначение дисциплины «Введение в специальность». Правовые основы высшего образования в Российской Федерации.	Права, обязанности и ответственность студентов согласно Федеральному закону «Об образовании в Российской Федерации». Федеральные государственные образовательные стандарты (далее – ФГОС), их структура.	Работа с источниками, конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.
Содержание образовательной программы, социальные партнеры, научные школы	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень	Изучение соответствующих блоков сайта Финуниверситета и учебного плана; работа с источниками, с конспектом и слайдами лекции; работа с литературой

	бакалавриата). Образовательный стандарт Финансового университета по направлению «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата). Сопоставление стандартов: общее и особенное. Характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида деятельности. Социальные партнеры образовательной программы: характеристика мест практики и потенциального трудоустройства выпускников.	и справочниками; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы.
Организация учебного процесса и основные нормативные акты Финуниверситета.	Устав Финансового университета. Правила внутреннего распорядка обучающихся. Корпоративные правила «Одежда обучающихся в Финуниверситете». Содержание учебного плана, календарный график учебного процесса, каникулы, их виды и продолжительность, рабочие программы дисциплин, практик, регламент записи на дисциплины по выбору, расписание занятий. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация студентов, включая балльно-рейтинговую систему Финансового университета.	Изучение соответствующих блоков сайта Финуниверситета и учебного плана; работа с источниками, с конспектом и слайдами лекции; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы.
Организационная структура и органы управления Финансовым университетом.	Ректорат. Деканат. Департаменты, кафедры и их педагогический состав. Характеристика деятельности структурных подразделений университета. Информационная поддержка образовательной деятельности в Финуниверситете: Библиотечно-информационный комплекс, образовательный портал,	Изучение соответствующих блоков сайта Финуниверситета; работа с источниками, с конспектом и слайдами лекции; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы.

	Интернет-ресурсы, корпоративный портал.	
Организация научной работы со студентами.	Положения о научно-исследовательской работе студентов (НИРС) в Финуниверситете. Положения о Международном научном студенческом конгрессе (МНСК) и Конкурсах научно-исследовательских работ и проектов студентов. Положение о курсовой работе выпускной квалификационной работы (ВКР) студентов. Подготовка выпускной квалификационной работы (ВКР).	Изучение соответствующих блоков сайта Финуниверситета и учебного плана; работа с источниками, с конспектом и слайдами лекции; работа с литературой и справочниками; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы.
Международная деятельность Финансового университета.	Сотрудничество с зарубежными вузами-партнерами из стран Европы, Азии и СНГ. Виды международных образовательных программ: включенное обучение, «двойной диплом», летние школы, языковые стажировки. Иностранные стипендии и гранты.	Изучение соответствующих блоков сайта Финуниверситета; работа с источниками, с конспектом и слайдами лекции; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы.
История Финансового университета	История Финансового университета с 1917 года. Выдающиеся выпускники и их вклад в развитие финансовой системы СССР и Российской Федерации, в социально-экономическое развитие России.	Изучение соответствующих блоков сайта Финуниверситета; работа с источниками, с конспектом и слайдами лекции; работа с литературой и справочниками; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы.

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Перечень вопросов для подготовки к дискуссии

1. Определите сферы, компании, профили и роли профессиональной деятельности специалистов по рекламе и PR.

2. Сопоставьте компетенции образовательного стандарта с вашими представлениями о востребованных компетенциях на профессиональном рынке рекламы и PR.
3. Проанализируйте профессиональные компетенции специалистов в рекламе и в PR.
4. Определите влияние цифровые коммуникации на развитие рынка рекламы и PR.
5. Соотнесите цели и задачи персонального, корпоративного, политического, государственного PR.
6. Определите отличительные особенности PR в политике и бизнесе.
7. Установите взаимосвязь между PR, массовыми коммуникациями и общественным мнением.
8. Рассмотрите перспективы развития рынка рекламы и связей с общественностью под влияние цифровизации.

Перечень вопросов для подготовки к деловой игре

1. Определите основных «игроков» на российском рынке рекламы и связей с общественностью.
2. Выявите «правила игры» на российском рынке рекламы и связей с общественностью.
3. Распределите роли (университет, студент, работодатель) и выработайте стратегию и тактику личного продвижения на рынке рекламы и связей с общественностью.

Перечень тем для домашних самостоятельных заданий

1. Права, обязанности и ответственность студентов
2. Характеристика Федерального государственного образовательного стандарта 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и востребованных профессиональных компетенций специалиста.

3. Особенности образовательных стандартов Финансового университета.
4. Взаимосвязь профессиональных компетенций профиля и обобщенных трудовых функций и трудовых функций.
5. Характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления деятельности в сфере рекламы и PR.
6. Современный рынок рекламы и PR.
7. Востребованные компетенции на профессиональном рынке рекламы и PR.
8. Влияние цифровых технологий на трансформацию деятельности в области рекламы и PR.
9. Характеристика образовательных программ высшего образования: программ бакалавриата, программ магистратуры, программ подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре.
10. Социальные партнеры образовательной программы.
11. Характеристика мест практики и потенциального трудоустройства выпускников.
12. Устав Финансового университета, правила внутреннего распорядка обучающихся.
13. Содержание учебного плана, календарный график учебного процесса.
14. Характеристика деятельности структурных подразделений университета.
15. Научные школы и традиции выпускающего департамента/кафедры.
16. Области профессионального применения рекламы и PR.
17. Объекты профессиональной деятельности выпускников.
18. Отличительные особенности PR в коммерческой и некоммерческой сферах.
19. Взаимосвязь PR, массовых коммуникаций и общественного мнения.
20. Задачи, виды и формы НИРС в сфере рекламы и массовых коммуникаций.
21. Сотрудничество с зарубежными вузами-партнерами из стран Европы, Азии и СНГ.

22. Виды международных образовательных программ: включенное обучение, «двойной диплом», летние школы, языковые стажировки.
23. История и традиции Финансового университета.
24. Выдающиеся выпускники и их вклад в развитие финансовой системы СССР и Российской Федерации, в социально-экономическое развитие России.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях департамента.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Содержание образовательной программы бакалавриата по рекламе и связям с общественностью.
2. Объекты профессиональной деятельности политологов на основе ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

3. Характеристика профессиональной деятельности специалистов по рекламе и PR: научно-информационной; педагогической; организационно-управленческой; проектной; информационно-справочной.
4. Востребованные профессиональные компетенции специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.
5. Профессиональные требования к специалисту в сфере рекламы и связей с общественностью.
6. Образ специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.
7. Профессиональная деятельность специалистов по рекламе и связям с общественностью.
8. Структура российского рынка рекламы и связей с общественностью.
9. Роль специалиста на рынке рекламы и связям с общественностью.
10. Наука и творчество в рекламе и связях с общественностью.
11. Современный рынок рекламы и PR.
12. Различия в рекламе и связях с общественностью.
13. Связи с общественностью и общественное мнение.
14. Процесс формирования общественного мнения.
15. Способы влияния рекламы и PR на общественное мнение и поведение.
16. Цифровая трансформация профессиональной сферы рекламы и связям с общественностью.
17. Приоритетные направления деятельности Департамента политологии и массовых коммуникаций.
18. История и традиции факультета «Социология и политология».
19. Основные партнеры образовательной программы, места для прохождения практики и потенциального трудоустройства выпускников.
20. Организация учебного процесса: учебный план, календарный график учебного процесса, рабочие программы дисциплин, практик, расписание занятий.
21. Виды и технологии учебной работы (лекции, семинарские и практические занятия), аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа.

22. Задачи и виды НИРС виды научно-исследовательской работы со студентами.
23. Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов (балльно-рейтинговая система Финансового университета).
24. История и традиции органов управления Финансового университета.
25. Структура органов управления Финансового университета.

Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов

Приказ от 23.03.2017 №0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

Нормативные акты

1. Конституция Российской Федерации
2. Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" от 29.12.2012 N 273-ФЗ
3. Приказ Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. № 512 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью»

Основная литература

4. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство

Юрайт, 2019. — 383 с. — (Бакалавр. Академический курс). - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425876> (дата обращения: 05.08.2019).

5. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под ред. В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/442202> (дата обращения: 05.08.2019).

6. Резник С.Д. Студент вуза: технологии и организация обучения [Электронный ресурс]: : учебник / С.Д. Резник, И.А. Игошина ; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С.Д. Резника. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 391 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5c232599573860.02058577. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003449>

Дополнительная литература

7. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов; Финуниверситет. - Москва: Юрайт, 2013, 2014. - 552 с. - То же [Электронный ресурс]. - 2019. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425190> (дата обращения: 05.08.2019).

8. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/634963>

9. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов [Электронный ресурс]: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 343 с.— (Высшее образование: Бакалавриат). —

www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Режим доступа:
<http://znanium.com/catalog/product/989359>

10. Финансовый университет: прошлое, настоящее, будущее: учебное пособие / М.А.Эскиндаров, Н.А.Разманова, Е.И.Нестеренко [и др.]; Финуниверситет, кафедра экономической истории; под ред. М.А.Эскиндарова; редкол.: И.Н.Шапкин, Н.А.Разманова; рец.: В.В.Думный, С.А.Погодин. - Москва: Финуниверситет, 2011. - 184 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ по паролю из сети Интернет (чтение, печать). - Режим доступа: <http://elib.fa.ru/Book/Finuniversity.pdf>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
2. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
3. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
4. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
5. Электронная библиотека Финансового университета (ОБ) <http://elib.fa.ru/>
6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
7. Официальный сайт Финансового университета URL: www.fa.ru
8. Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA). URL: <http://www.ipra.org/>
9. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО). URL: <http://www.raso.ru/>
10. Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС): <http://www.akospr.ru/>
11. Ассоциация коммуникативных агентств России (АКАР). URL: <http://www.akarussia.ru/>

12. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)
<https://wciom.ru/>
13. Группа компаний ФОМ <http://fom-gk.ru/>
14. Информационно-аналитический портал гуманитарных технологий
<http://gtmarket.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельное творческое задание

Написание самостоятельного творческого задания предполагает активизацию творческой самостоятельной деятельности студентов в сочетании с тренировкой ими навыков профессионально-обществоведческой рефлексии. В письменной работе студент должен показать знание и понимание рассматриваемой проблемы, должен определить рассматриваемые понятия четко и полно. Необходимо приводить соответствующие изучаемому вопросу эмпирические примеры, следить за соответствием используемых терминов теме (проблеме) творческого задания. Письменные работы студента (ов) в обязательном порядке должна быть выполнены им/ими самостоятельно, а категории анализа должны быть применены грамотно и последовательно, внутренних противоречий в тексте необходимо избегать.

Творческое задание как письменная работа предполагает умелое использование студентом приемов сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений, способность автора объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению. Студент должен продемонстрировать широкий диапазон изученного информационного пространства по политической проблематике. Желательно сочетание студентом структурно различных источников информации: теоретических работ, актуальных статей в российской и зарубежной прессе, материалов СМИ из разных сегментов

идеологического спектра, первичных программных материалов и заявлений политических лидеров и близких к ним интеллектуалов. Допустимо использование и текстовой информации, и ее интерпретация с помощью графиков, диаграмм и/или таблиц. При этом возможен и иной подход, с большей ставкой на литературно-художественный стиль рефлексии по проблематике анализируемых политических вопросов (но без ущерба для фактологической достоверности).

Допускаются различные формы и структурные композиции самостоятельного творческого задания. Его структура может включать традиционные введение и заключение, главы и параграфы. Также содержание творческого задания можно сгруппировать в многочисленные рубрики, представить в виде расширенных блоков проблем или небольших фрагментов. Письменная работа в обязательном порядке подразумевает личные выводы автора (студента) по исследуемой проблеме. С технической стороны вопроса, работа должна отвечать основным требованиям к оформлению и использованию цитат. Предполагается соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка, оформление текста с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации.

Групповая дискуссия

Подготовка к участию в групповой дискуссии предполагает предварительную самостоятельную работу студентов по освоению рекомендованной преподавателем теоретической литературы и эмпирического материала по текущей политике. Теоретические знания и прикладной анализ находятся в прямой взаимосвязи: в рамках групповой дискуссии студент должен показать способность дать свою оценку обсуждаемому вопросу и в академическом разрезе, и в плоскости прикладной экспертизы.

В пределах общепринятой университетской этики и в соответствии с принципами свободы академического поиска допустимо изложение достаточно жестких позиций студента по сути того или иного предложенного политического вопроса (но без ухода в жанр политического памфлета). При этом выступление на дискуссии должно соответствовать принципу ясного и четкого изложения собственных суждений, а выдвинутые тезисы должны сопровождаться грамотной аргументацией. Академическая этика предполагает необходимость внимательно выслушивать выступающего, не перебивать, не повторяться, не допускать личной конфронтации между участниками дискуссии, сохранять разумную беспристрастность, не оценивать точку зрения иного выступающего, не выслушав до конца и не поняв высказанную позицию.

Допускается и даже поощряется использованием студентом при защите своей позиции на дискуссии собственного социокультурного опыта, включая опыт непосредственного практического изучения, прохождения практики или иной формы личного знакомства с работой той или иной компании или властной структуры. Приветствуются аргументы, проистекающие от знания специфики работы данной структуры, принятой там культуры поведения. Приветствуется способность студента увидеть отражение политических сюжетов в литературе, публицистике и/или кинематографе и связать их с академическим и экспертным знанием о политике. При этом не допускается ограничение внимания студента на исключительно и сугубо узких вопросах, студенту необходимо уметь в рамках групповой дискуссии видеть более широкий горизонт проблем политики и политического управления в России или иной стране, уметь увязывать дискутируемые вопросы с ранее уже обсужденной на академических занятиях проблематикой.

Деловая игра

Данная форма контроля требует предварительной работы с группой (консультаций) и должна проводиться несколько раз для закрепления

навыков работы в группах, как при подготовке вне аудитории, так и во время семинара. Она включает в себя следующие элементы:

- учебная группа делится на несколько творческих коллективов (команд) (желательна психологическая рабочая совместимость в коллективе, достигающаяся экспериментально).
- перед каждой командой ставится учебная цель и конкретные задачи, определенные целями и задачами деловой игры (в соответствии со сценарием). Поскольку в группе (команде) могут быть до 3-4 выступающих, то необходимым элементом является распределение функций в рамках внутренней логики действий и последовательное аргументированное изложение/отстаивание командной позиции;
- оценка (выставление оценок) проделанной работы и осуществляется после подведения итогов деловой игры.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

При осуществлении образовательного процесса обучающимися и профессорско-преподавательским составом используются: программное обеспечение, информационно-справочные системы, электронные библиотечные системы.

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Windows Microsoft office
2. Антивирусная защита ESET NOD32

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- Информационно-правовая система «Консультант Плюс»

-Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>

-Система комплексного раскрытия информации «СКРИН»
<http://www.skrin.ru/>

11.3.Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены.

12.Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса в рамках дисциплины необходимо наличие специальных помещений.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения лекций, семинарских и практических занятий, выполнения курсовых групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Проведение лекций и семинаров в рамках дисциплины осуществляется в помещениях:

- оснащенных демонстрационным оборудованием;
- оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»;
- обеспечивающих доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной

Учебная дисциплина: Введение в специальность

Компетенции:

ПКН-4 Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов, ориентироваться в актуальных ценностях и тенденциях развития мировой и российской медиаккультуры

ПКН-6 Способность использовать профессиональной деятельности актуальный набор средств массовой информации региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенции
1.	Какую роль, по Вашему мнению,	PR-мероприятия позволяют добиться необходимых	ПКН-4

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенции
	выполняют связи с общественностью в современном гражданском обществе?	изменений в обществе, изменить впечатление о товаре, услуге или в целом об организации в желаемую сторону. PR позволяет успешно выполнять следующие задачи: снижение неопределенности деловой сферы; управление новейшими техническими средствами, международными коммуникациями; регулирование политических, социальных и психологических компонентов; улучшение взаимоотношений между сотрудниками; эффективное управление финансовыми ресурсами; формирование имиджа, улучшение репутации.	
2.	Выделите сущностную характеристику коммуникационного института рекламы.	Целенаправленное воздействие на потребителя с помощью средств информации для продвижения товара, услуги, идеи на потребительском рынке установление долгосрочных доброжелательных, доверительных отношений субъекта рынка с целевыми аудиториями общественности.	ПКН-4
3.	Какой метод коммуникации используется в PR для передачи информации об организации?	Пресс-релизы и публичные выступления. Рекламные объявления и прямая реклама. Рекламные брошюры и каталоги.	ПКН-4
4.	Какие элементы включает в себя формула рекламной коммуникации AIDMA.	Внимание — интерес — желание — мотивация — действие.	ПКН-4
5.	Какое значение имеет имидж организации в рекламе и PR?	Имидж организации — это ее визуальное представление, включающее логотип, цветовую гамму, шрифты и другие элементы дизайна. Имидж организации — это ее	ПКН-4

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенции
		репутация и общественное восприятие, формирующееся на основе ее деятельности, коммуникации и образа. Имидж организации — это способность привлечь внимание и вызвать интерес у потребителей с помощью эффективной рекламы и PR-стратегии.	
6.	Какие основные инструменты PR?	Организация пресс-конференций, подготовка пресс-релизов и информационных материалов, медиа-мониторинг и анализ общественного мнения, работа с блогерами и влиятельными лицами.	ПКН-4
7.	Каковы отличия рекламы от PR и пропаганды?	Реклама контролируется законом, всегда платная, ее цель — быстро повысить продажи. PR — это совместное создание контента с медиа и блогерами для повышения уровня узнаваемости, что опосредованно влияет на продажи. Пропаганда — формирование общественного мнения с идеологическими целями, изменение общественного сознания. И PR и пропаганда стремятся воздействовать на ценности, ориентируясь на долговременный результат. Различия лежат в способах манипуляции. Основа PR в двустороннем общении. При отсутствии обратной связи с аудиторией невозможно просчитывать эффективность усилий по поддержанию продвигаемого образа и протраивать последующие шаги. Пропаганда же предполагает односторонний	ПКН-4

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенции
		канал связи, то есть беспрекословное следование диктуемыми сверху идеям.	
8.	Что такое малые рекламные формы, и с какого времени они сыграли существенную роль в России?	К малым рекламным формам относятся открытки, вкладыши, программки, пригласительные билеты, календарики, визитки и имитации визиток. Из них наиболее информативным выступает вкладыш, поскольку остальные жанры пригодны лишь для размещения слогана или девиза, часто в сочетании с логотипом.	ПКН-4
9.	Какую роль играют социальные медиа в рекламе и связях с общественностью?	Социальные медиа являются мощным инструментом для продвижения бренда, привлечения целевой аудитории, взаимодействия с клиентами, создания сообщества, распространения контента и управления репутацией компании.	ПКН-4
10.	Какие каналы коммуникации используются в рекламе и связях с общественностью?	Традиционные и цифровые каналы коммуникации. Это может включать телевидение, радио, печатные СМИ, интернет, социальные сети, email-рассылки и другие.	ПКН-4
11.	Кратко опишите 6 основных этапов (шагов) процесса создания рекламы.	Процесс создания рекламы. 6 шагов (этапов) данного процесса: 1) выбор цели; 2) выбор целевой аудитории; 3) выбор темы и признаков товара (услуги); 4) выбор канала продвижения; 5) определение носителя рекламы; 6) конструирование рекламы, создание текста, подбор дизайна. Эти шаги можно представить в виде формулы: цели->потребители->товар->каналы->носители->реклама.	ПКН-6

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенции
12.	Определите основное содержание группы «Лидеры мнений».	Люди, способные влиять на установки или поведения других индивидов в нужном направлении.	ПКН-6
13.	Какими личностными качествами должен обладать профессионал PR?	Умение ставить перед собой цель. Важно уметь ее соединить с целью и успехами компании. Умение работать в команде. Умение принимать решения и нести ответственность за коллектив. Кроме этого, важно уметь организовывать и анализировать свою деятельность. Способность к саморазвитию и обучаемость. Изучение нового позволяет развиваться самому, вносить свои идеи для развития компании и сотрудников, что дает возможность выходить на новые рубежи. Быть готовым к выполнению профессиональных задач любой сложности, предлагать нестандартные решения.	ПКН-6
14.	Что такое медиа-мониторинг?	Медиа-мониторинг — это систематическое отслеживание и анализ упоминаний о компании, бренде или продукте в СМИ, социальных сетях, блогах и других медиа-ресурсах с целью оценки общественного мнения, эффективности PR-кампании и выявления тенденций и трендов.	ПКН-6
15.	По каким параметрам проводится сегментация рынка?	Сегментация рынка – это первый шаг к маркетинговой стратегии. Ее задача – найти для продукта или услуги целевой рынок и выделить в нем приоритетные потребительские	ПКН-6

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенции
		сегменты, чтобы сформировать оптимальное для них предложение. Сегментация рынка может быть географическая, демографическая, социально-экономическая, психографическая, поведенческая, товарная, фирмографическая, сегментация по конкурентам.	
16.	Какие инструменты и методы используются в рекламе и связях с общественностью?	Реклама в медиа-каналах, PR-акции, организация мероприятий, создание контента, социальные медиа, email-маркетинг и другие инструменты и методы.	ПКН-6
17.	Укажите правильную последовательность этапов PR кампании.	Определение PR проблемы - планирование PR кампании - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании	ПКН-6
18.	Какие пункты указываются в плане-графике рекламной компании указываются.	Конкретные виды рекламных мероприятий, сроки их проведения, их ориентировочная стоимость, ответственные за их проведение и результаты их выполнения.	ПКН-6
19.	Группа целевого воздействия (целевая аудитория) – это:	Категория лиц, на которых, в первую очередь, направлена рекламная информация в ее различных видах.	ПКН-6
20.	Какие инструменты могут использоваться во	Во внутренней коммуникации могут использоваться электронная почта,	ПКН-6

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенции
	внутренней коммуникации?	корпоративные порталы, внутренние социальные сети, интрасети, регулярные собрания, бюллетени, информационные письма, видеоматериалы и другие инструменты для обмена информацией внутри организации.	

Критерии (шкалы) оценивания компетенции и уровни ее формирования:

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (в полной мере): Основы профессиональной этики, организацию рекламной продукции, включая текстовые материалы. **Умеет** (самостоятельно): интерпретировать PR как форму коммуникации, преодолевать коммуникативные барьеры общения. **Владеет** (совершенно свободно): Культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

- оценка **«хорошо»** (продвинутый уровень) выставляется, если обучающийся **знает**: области теоретических представлений о сущности, особенностях, специфике социологии массовых коммуникаций. **Умеет** (самостоятельно, при незначительной помощи педагога): интерпретировать PR как форму коммуникации, преодолевать коммуникативные барьеры общения. **Владеет** (применяя отдельные необходимые навыки): Культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

- оценка **«удовлетворительно»** (пороговый уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (на уровне минимальных требований): Основы профессиональной этики, организацию рекламной продукции, включая текстовые материалы. **Умеет** (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении): интерпретировать PR как форму коммуникации, преодолевать коммуникативные барьеры общения. **Владеет** (совершая ошибки и допуская незначительное несоблюдение основных положений дисциплины): культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

- оценка **«неудовлетворительно»** (ниже порогового) выставляется, если обучающийся **не знает**: Основы профессиональной этики, организацию рекламной продукции, включая текстовые материалы. **Умеет** (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении). **Не умеет**: интерпретировать PR как форму коммуникации, преодолевать коммуникативные барьеры общения. **Владеет** (совершая ошибки и допуская незначительное несоблюдение основных положений дисциплины): Культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.