

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и управление в гостиничном бизнесе и туризме

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

Рабочая программа дисциплины
ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ И ТЕРМИНОЛОГИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

| | |
|---|--|
| Блок: | Блок 1 «Дисциплины (модули)» |
| Часть образовательной программы: | Часть, формируемая участниками образовательных отношений |
| № дисциплины по учебному плану: | Б1.Ч.07 |
| Трудоемкость в зачетных единицах: | 2 семестр - 5; |
| Часов (всего) по учебному плану: | 180 часов |
| Лекции | 2 семестр - 8 часов; |
| Практические занятия | 2 семестр - 12 часов; |
| Лабораторные работы | не предусмотрено учебным планом |
| Консультации | 2 семестр - 2 часа; |
| Самостоятельная работа | 2 семестр - 157,5 часа; |
| в том числе на КП/КР | не предусмотрено учебным планом |
| Иная контактная работа | проводится в рамках часов аудиторных занятий |
| включая: Контрольная работа Тестирование Доклад | |
| Промежуточная аттестация: | |
| Экзамен | 2 семестр - 0,5 часа; |

Москва 2023

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:


Преподаватель

| | | |
|---|--|-------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Веселов А.А. |
| | Идентификатор | R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661 |

А.А. Веселов


СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной программы

| | | |
|---|--|-------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Жохова П.Е. |
| | Идентификатор | R5c95669a-ZhokhovaPY-06a87af4 |

П.Е. Жохова

Заведующий выпускающей
кафедрой

| | | |
|---|--|------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Курилов С.Н. |
| | Идентификатор | R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde |

С.Н. Курилов

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: Формирование комплексного представления о теоретических и методологических основах отрасли «Реклама и связи с общественностью», включая понятийно-категориальный аппарат, применяемый в практической сфере.

Задачи дисциплины

- формирование начальных знаний и базовых представлений в области профессиональной деятельности «реклама и связи с общественностью»;
- приобретение системного представления об истории рекламы и PR, основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении этой области профессиональной деятельности;
- приобретение системного представления о современном состоянии отрасли «Реклама и связи с общественностью»: основных специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объёмах деятельности, роли новых медиа в современной практике PR и рекламы;
- формирование научно обоснованных представлений о современном понятийном аппарате профессиональной деятельности.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Запланированные результаты обучения |
|---|--|--|
| ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта и организовывать управление рекламными коммуникациями в процессе ее реализации | ИД-3ПК-1 Организует управление рекламными коммуникациями | знать: - основные дискурсы процесса PR-коммуникации, включая понятийно-категориальный аппарат, применяемый в практической сфере; - структуру деятельности по связям с общественностью; - основные назначения деятельности по связям с общественностью для общества и экономики. уметь: - правильно определить место PR в системе продвигающих коммуникаций; - корректно определять аудитории и соответствующие им каналы коммуникации под конкретную PR-стратегию; - выявлять PR-деятельность среди других видов продвигающих коммуникаций. |

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Реклама и управление в гостиничном бизнесе и туризме (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

| № п/п | Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации | Всего часов на раздел | Семестр | Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы | | | | | | | | | | Содержание самостоятельной работы/ методические указания | |
|-------|---|-----------------------|---------|--|-----|-----|--------------|---|-----|----|----|-------------------|-----------------------------------|---|---|
| | | | | Контактная работа | | | | | | | СР | | | | |
| | | | | Лек | Лаб | Пр | Консультация | | ИКР | | ПА | Работа в семестре | Подготовка к аттестации /контроль | | |
| КПР | ГК | ИККП | ТК | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | |
| 1 | Введение в профессию | 70.0 | 2 | 4.0 | - | 6.0 | - | - | - | - | - | 60 | - | <p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Введение в профессию"</p> <p><u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Введение в профессию" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам.</p> <p><u>Подготовка доклада, выступления:</u> Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты:</p> <p><u>Подготовка к контрольной работе:</u> Изучение материалов по разделу Введение в профессию и подготовка к контрольной работе</p> <p><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></p> | |
| 1.1 | История предмета. Понятие и определения PR | 7.0 | | 0.5 | - | 0.5 | - | - | - | - | - | - | 6 | | - |
| 1.2 | Сферы применения PR | 7.0 | | 0.5 | - | 0.5 | - | - | - | - | - | - | 6 | | - |
| 1.3 | Внешняя среда организации. Специфика взаимодействия с внешней средой в PR | 9.0 | | 0.5 | - | 0.5 | - | - | - | - | - | - | 8 | | - |
| 1.4 | Имидж как основа PR | 9.0 | | 0.5 | - | 0.5 | - | - | - | - | - | - | 8 | | - |
| 1.5 | Работа со средствами массовой информации | 9.5 | | 0.5 | - | 1 | - | - | - | - | - | - | 8 | | - |
| 1.6 | Коммуникации в системе PR | 9.5 | | 0.5 | - | 1 | - | - | - | - | - | - | 8 | | - |
| 1.7 | Социокоммуникативный феномен PR: дефиниции и метаязыковые особенности | 9.5 | | 0.5 | - | 1 | - | - | - | - | - | - | 8 | | - |
| 1.8 | PR и органы власти | 9.5 | | 0.5 | - | 1 | - | - | - | - | - | - | 8 | | - |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|------|-----|---|-----|---|---|---|---|---|---|----|---|--|--|--|
| | | | | | | | | | | | | | | | | Изучение материала по разделу "Введение в профессию" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Введение в профессию" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [3], стр. 100-109 |
| 2 | Терминология профессиональной деятельности | 74.0 | 4.0 | - | 6.0 | - | - | - | - | - | - | 64 | - | | | <u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Терминология профессиональной деятельности" |
| 2.1 | Актуальные проблемы развития терминологии | 9.0 | 0.5 | - | 0.5 | - | - | - | - | - | - | 8 | - | | | <u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Терминология профессиональной деятельности" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. |
| 2.2 | Роль терминов в создании понятийного аппарата предметной области (на примере русскоязычной PR-терминологии) | 9.0 | 0.5 | - | 0.5 | - | - | - | - | - | - | 8 | - | | | |
| 2.3 | PR-дискурс и его характерные черты | 9.0 | 0.5 | - | 0.5 | - | - | - | - | - | - | 8 | - | | | |
| 2.4 | Специфика терминов предметной области Public Relations | 9.0 | 0.5 | - | 0.5 | - | - | - | - | - | - | 8 | - | | | <u>Подготовка доклада, выступления:</u> |
| 2.5 | Способы адаптации англоязычных PR-терминов в русском языке | 9.5 | 0.5 | - | 1 | - | - | - | - | - | - | 8 | - | | | Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты: |
| 2.6 | Лакунарность терминологии предметной области PR как ее характерная особенность | 9.5 | 0.5 | - | 1 | - | - | - | - | - | - | 8 | - | | | <u>Подготовка к контрольной работе:</u> |
| 2.7 | Терминология в практической деятельности | 9.5 | 0.5 | - | 1 | - | - | - | - | - | - | 8 | - | | | Изучение материалов по разделу Терминология профессиональной деятельности и подготовка к контрольной |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|-------|-----|---|------|---|---|---|---|-----|-----|-------|--|
| | специалиста по рекламе и связям с общественностью | | | | | | | | | | | | работе <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Терминология профессиональной деятельности" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Терминология профессиональной деятельности" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], стр. 29-37; 55-63 [2], стр. 100-109 |
| 2.8 | Терминология в научных работах, курсовых проектах и ВКР студентов ГПИ | 9.5 | 0.5 | - | 1 | - | - | - | - | - | 8 | - | |
| | Экзамен | 36.0 | - | - | - | - | 2 | - | - | 0.5 | - | 33.5 | |
| | Всего за семестр | 180.0 | 8.0 | - | 12.0 | - | 2 | - | - | 0.5 | 124 | 33.5 | |
| | Итого за семестр | 180.0 | 8.0 | - | 12.0 | | 2 | | - | 0.5 | | 157.5 | |

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПП – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. Введение в профессию

- 1.1. История предмета. Понятие и определения PR
- 1.2. Сферы применения PR
- 1.3. Внешняя среда организации. Специфика взаимодействия с внешней средой в PR
- 1.4. Имидж как основа PR
- 1.5. Работа со средствами массовой информации
- 1.6. Коммуникации в системе PR
- 1.7. Социокоммуникативный феномен PR: дефиниции и метаязыковые особенности
- 1.8. PR и органы власти

2. Терминология профессиональной деятельности

- 2.1. Актуальные проблемы развития терминологии
- 2.2. Роль терминов в создании понятийного аппарата предметной области (на примере русскоязычной PR-терминологии)
- 2.3. PR-дискурс и его характерные черты
- 2.4. Специфика терминов предметной области Public Relations
- 2.5. Способы адаптации англоязычных PR-терминов в русском языке
- 2.6. Лакунарность терминологии предметной области PR как ее характерная особенность

2.7. Терминология в практической деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью

2.8. Терминология в научных работах, курсовых проектах и ВКР студентов ГПИ

3.3. Темы практических занятий

1. Терминология в научных работах, курсовых проектах и ВКР студентов ГПИ;
2. Сферы применения PR;
3. PR-дискурс и его характерные черты;
4. Терминология в практической деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью;
5. Коммуникации в системе PR;
6. Роль терминов в создании понятийного аппарата предметной области (на примере русскоязычной PR-терминологии);
7. Внешняя среда организации. Специфика взаимодействия с внешней средой в PR;
8. Работа со средствами массовой информации;
9. Специфика терминов предметной области Public Relations;
10. Социокоммуникативный феномен PR: дефиниции и метаязыковые особенности;
11. Способы адаптации англоязычных PR-терминов в русском языке;
12. PR и органы власти;
13. История предмета. Понятие и определения PR;
14. Лакунарность терминологии предметной области PR как ее характерная особенность;
15. Имидж как основа PR;
16. Актуальные проблемы развития терминологии.

3.4. Темы лабораторных работ

не предусмотрено

3.5 Консультации

Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Введение в профессию"
2. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Терминология профессиональной деятельности"

Текущий контроль (ТК)

1. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Введение в профессию"
2. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Терминология профессиональной деятельности"

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

| Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1) | Коды индикаторов | Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1) | | Оценочное средство (тип и наименование) |
|--|------------------|---|---|--|
| | | 1 | 2 | |
| Знать: | | | | |
| основные назначения деятельности по связям с общественностью для общества и экономики | ИД-3пк-1 | + | | Тестирование/Тест «Базовые методики и специальные технологии PR» |
| структуру деятельности по связям с общественностью | ИД-3пк-1 | | + | Контрольная работа/Контрольная работа «Актуальные проблемы развития PR-терминологии» |
| основные дискурсы процесса PR-коммуникации, включая понятийно-категориальный аппарат, применяемый в практической сфере | ИД-3пк-1 | + | | Контрольная работа/Контрольная работа «Основные понятия и определения PR» |
| Уметь: | | | | |
| выявлять PR-деятельность среди других видов продвигающих коммуникаций | ИД-3пк-1 | + | | Контрольная работа/Контрольная работа «Основные понятия и определения PR» |
| корректно определять аудитории и соответствующие им каналы коммуникации под конкретную PR-стратегию | ИД-3пк-1 | | + | Доклад/Защита творческой работы |
| правильно определить место PR в системе продвигающих коммуникаций | ИД-3пк-1 | + | | Контрольная работа/Контрольная работа «Основные понятия и определения PR» |

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

2 семестр

Форма реализации: Защита задания

1. Защита творческой работы (Доклад)

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Тест «Базовые методики и специальные технологии PR» (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Контрольная работа «Актуальные проблемы развития PR-терминологии» (Контрольная работа)
2. Контрольная работа «Основные понятия и определения PR» (Контрольная работа)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Экзамен (Семестр №2)

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и экзаменационной составляющих.

В диплом выставляется оценка за 2 семестр.

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. А. В. Лаптев- "Реклама и PR-технологии в управлении предприятием", Издательство: "Лаборатория книги", Москва, 2011 - (112 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142346>;
2. И. В. Евсева- "Современный русский язык. Актуальные вопросы морфемии, морфонологии и словообразования", Издательство: "Сибирский федеральный университет (СФУ)", Красноярск, 2014 - (204 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364604>;
3. Бацюн, Н. В. Менеджмент в рекламе : учебное пособие для вузов по специальности 032401 "Реклама" / Н. В. Бацюн, Иркутский гос. технич. университет . – М. : РИОР : ИНФРА-М, 2010 . – 175 с. – (Высшее образование) . - ISBN 978-5-369-00601-6 ..

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Видеоконференции (Майнд, Сберджаз, ВК и др).

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. База данных ВИНТИ online - <http://www.viniti.ru/>
5. База данных журналов издательства Elsevier - <https://www.sciencedirect.com/>
6. Электронные ресурсы издательства Springer - <https://link.springer.com/>
7. База данных Web of Science - <http://webofscience.com/>
8. База данных Scopus - <http://www.scopus.com>
9. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>
10. ЭБС "Консультант студента" - <http://www.studentlibrary.ru/>
11. Журналы American Chemical Society - <https://www.acs.org/content/acs/en.html>
12. Журналы American Institute of Physics - <https://www.scitation.org/>
13. Журналы American Physical Society - <https://journals.aps.org/about>
14. База данных издательства Annual Reviews Science Collection - <https://www.annualreviews.org/>
15. База данных Association for Computing Machinery Digital Library - <https://dl.acm.org/about/content>
16. Журналы издательства Cambridge University Press - <https://www.cambridge.org/core>
17. База данных IEL издательства IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers, Inc.) - <https://ieeexplore.ieee.org/Xplore/home.jsp?reload=true>
18. База данных Computers & Applied Sciences Complete (CASC) - <http://search.ebscohost.com>
19. База данных INSPEC на платформе компании EBSCO Publishing - <http://search.ebscohost.com>
20. Журналы Institute of Physics (IOP), Великобритания - <https://iopscience.iop.org/>
21. Журналы научного общества Optical Society of America (OSA) - <https://www.osapublishing.org/about.cfm>
22. Патентная база Orbit Intelligence компании Questel - <https://www.orbit.com/>
23. Журналы издательства Oxford University Press - <https://academic.oup.com/journals/>
24. База данных диссертаций ProQuest Dissertations and Theses Global - <https://search.proquest.com/pqdtglobal/index>
25. Журналы Журналы Royal Society of Chemistry - <https://pubs.rsc.org/>
26. Журналы издательства SAGE Publication (Sage) - <https://journals.sagepub.com/>
27. Журнал Science - <https://www.sciencemag.org/>
28. Журналы научного общества Society of Photo-Optical Instrumentation Engineers (SPIE) Digital Library - <https://www.spiedigitallibrary.org/>
29. Коллекция журналов Taylor & Francis Group - <https://www.tandfonline.com/>
30. Журналы по химии Thieme Chemistry Package компании Georg Thieme Verlag KG - <https://www.thieme-connect.com/products/all/home.html>
31. Журналы издательства Wiley - <https://onlinelibrary.wiley.com/>
32. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
33. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
34. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
35. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
36. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>

37. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
38. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>
39. Информационно-справочная система «Кодекс/Техэксперт» - <Http://proinfosoft.ru>;
<http://docs.cntd.ru/>
40. Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» - <https://openedu.ru>
41. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии - <http://protect.gost.ru/>
42. Открытая университетская информационная система «РОССИЯ» - <https://uisrussia.msu.ru>
43. Официальный сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации - <https://minobrnauki.gov.ru>
44. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки - <https://obrnadzor>
45. Федеральный портал "Российское образование" - <http://www.edu.ru>
46. Информиио - <https://www.informio.ru/>
47. АНО «Россия – страна возможностей» - <https://rsv.ru/education/>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Тип помещения | Номер аудитории, наименование | Оснащение |
|---|-------------------------------------|---|
| Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля | Н-202, Лекционная учебная аудитория | парта со скамьей, стул, трибуна, доска меловая, экран, колонки |
| Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП | М-907, Учебная аудитория | парта, стул, вешалка для одежды, доска интерактивная, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная |
| Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации | М-907, Учебная аудитория | парта, стул, вешалка для одежды, доска интерактивная, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная |
| Помещения для самостоятельной работы | НТБ-201, Компьютерный читальный зал | стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер |
| Помещения для консультирования | М-905, Учебная аудитория | стул, доска интерактивная, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная |
| | М-909, Помещение кафедры «РСиЛ» | кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный |
| Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря | М-901а, Архивное помещение ГПИ | кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул, инвентарь учебный, книги, учебники, пособия, архивные документы |

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ**Введение в профессию и терминология профессиональной деятельности**

(название дисциплины)

2 семестр**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

- КМ-1 Контрольная работа «Основные понятия и определения PR» (Контрольная работа)
 КМ-2 Тест «Базовые методики и специальные технологии PR» (Тестирование)
 КМ-3 Контрольная работа «Актуальные проблемы развития PR-терминологии» (Контрольная работа)
 КМ-4 Защита творческой работы (Доклад)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

| Номер раздела | Раздел дисциплины | Индекс КМ: | КМ-1 | КМ-2 | КМ-3 | КМ-4 |
|---------------|---|------------|------|------|------|------|
| | | Неделя КМ: | 4 | 8 | 12 | 16 |
| 1 | Введение в профессию | | | | | |
| 1.1 | История предмета. Понятие и определения PR | | + | | | |
| 1.2 | Сферы применения PR | | + | | | |
| 1.3 | Внешняя среда организации. Специфика взаимодействия с внешней средой в PR | | | + | | |
| 1.4 | Имидж как основа PR | | | + | | |
| 1.5 | Работа со средствами массовой информации | | | + | | |
| 1.6 | Коммуникации в системе PR | | | + | | |
| 1.7 | Социокоммуникативный феномен PR: дефиниции и метаязыковые особенности | | | + | | |
| 1.8 | PR и органы власти | | | + | | |
| 2 | Терминология профессиональной деятельности | | | | | |
| 2.1 | Актуальные проблемы развития терминологии | | | | + | |
| 2.2 | Роль терминов в создании понятийного аппарата предметной области (на примере русскоязычной PR-терминологии) | | | | + | |
| 2.3 | PR-дискурс и его характерные черты | | | | + | |
| 2.4 | Специфика терминов предметной области Public Relations | | | | + | |

| | | | | | |
|------------|--|----|----|----|----|
| 2.5 | Способы адаптации англоязычных PR-терминов в русском языке | | | + | |
| 2.6 | Лакуарность терминологии предметной области PR как ее характерная особенность | | | + | |
| 2.7 | Терминология в практической деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью | | | | + |
| 2.8 | Терминология в научных работах, курсовых проектах и ВКР студентов ГПИ | | | | + |
| Вес КМ, %: | | 25 | 20 | 20 | 35 |