

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 01.07.2025 11:42:27
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Бюджетное учреждение высшего образования

Ханты-Мансийского автономного округа-Югры

"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

11 июня 2025г., протокол УМС №5

**МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
ДИСЦИПЛИН**
**Основы проектирования в профессиональной
деятельности**
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Психологии**

Учебный план b420301-ССО-25-2.plx
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 180
в том числе:
аудиторные занятия 64
самостоятельная работа 89
часов на контроль 27

Виды контроля в семестрах:
экзамены 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	17 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	89	89	89	89
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	180	180	180	180

Программу составил(и):

PhD, Зав.к., Родермель Т.А. ;Ст. пед. доп. обр., Ганеева Л.Д. ;PhD, Доцент, Назаров П.В.

Рабочая программа дисциплины

Основы проектирования в профессиональной деятельности

разработана в соответствии с ФГОС:

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

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 11.06.2025 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой Родермель Т.А., к.филол.н., доцент

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	развивать способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности, а также отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; сформировать навыки использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов; умений осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.04
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.2	Основы проектной деятельности
2.1.3	Основы связей с общественностью
2.1.4	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная)
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Основы предпринимательской деятельности
2.2.2	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (бизнес-планирование)
2.2.3	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (социальное проектирование)
2.2.4	Спонсоринг и фандрайзинг

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

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

ОПК-7.2: Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	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; принципы социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом; основы проектирования в профессиональной деятельности
3.2	Уметь:
3.2.1	использовать в работе современные приемы в рекламе и связях с общественностью; применять в работе современные приемы рекламной деятельности; учитывать основные характеристики целевой аудитории; ориентироваться в современной информационной среде, руководствуясь принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом; использовать инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
-------------	---	----------------	-------	-------------	------------	------------

	Раздел 1. Основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при проектировании своей профессиональной деятельности					
1.1	Инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий для проектирования /Лек/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.2	Формы и приемы поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий /Пр/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.3	Основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при проектировании своей профессиональной деятельности /Ср/	4	22	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
	Раздел 2. Основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных					
2.1	Основные характеристики целевой аудитории при проектировании своей профессиональной деятельности /Лек/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
2.2	Создание текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов /Пр/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.7Л2.2 Л2.4 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
2.3	Основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных /Ср/	4	20	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
	Раздел 3. Отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью					
3.1	Проектирование в профессиональной деятельности информационной среды, руководствуясь принципами социальной ответственности /Лек/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1 Л1.3 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
3.2	Современные приемы в рекламе и связях с общественностью /Пр/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1 Л1.3 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	

3.3	Отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью /Ср/	4	10	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1 Л1.3 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
	Раздел 4. Учет основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов при проектировании своей профессиональной деятельности					
4.1	Создание текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов /Лек/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1 Л1.4 Л1.6 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
4.2	Этические нормы, принятые профессиональным сообществом рекламщиков в работе с рекламными текстами /Пр/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1 Л1.4 Л1.6 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
4.3	Учет основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов при проектировании своей профессиональной деятельности /Ср/	4	37	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1 Л1.4 Л1.6 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
	Раздел 5.					
5.1	/Контр.раб./	4	0	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
5.2	/Экзамен/	4	27	ОПК-4.2 ОПК-7.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
--	---------------------	----------	-------------------	----------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛП.1	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: Учебник для бакалавров	Москва:  ? Издательство Юрайт, 2020, электронный ресурс	1
ЛП.2	Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А.	Связи с общественностью: учебное пособие для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
ЛП.3	Ачкасова В. А., Володина Л. В., Бабочиева М. Л., Белянина Н. Н., Быстрынцев С. Б., Быков И. А., Гончаров В. Э., Гусев К. А., Карпухина О. К., Меткин М. В., Старенченко Ю. Л.	Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
ЛП.4	Ачкасова В. А., Быков И. А., Дорский А. Ю., Дунаева Ю. Г., Побединский И. М., Рущин Д. А., Филатова О. Г., Борисова О. В., Трохинова О. И., Кузьмин А. Е., Журавлева Н. Н., Гладченко И. А., Гультяева В. Ю.	Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
ЛП.5	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
ЛП.6	Морозова Н. С., Морозов М. А.	Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
ЛП.7	Курумчина А. Э.	Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки: учебное пособие для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
ЛП.8	Малькевич А. А.	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛП.1	Колышкина Т. Б., Маркова Е. В., Шустина И. В.	Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
ЛП.2	Борщевский Г. А.	Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2023, электронный ресурс	1
ЛП.3	Емельянов С. М.	Связи с общественностью: управление рисками и кризисными коммуникациями: учебное пособие для вузов	Санкт-Петербург: Лань, 2023, электронный ресурс	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.4	Зубков С. А.	Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью: учебное пособие для вузов	Санкт-Петербург: Лань, 2023, электронный ресурс	1
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Пашкевич А. В.	Основы проектирования педагогической технологии. Взаимосвязь теории и практики: Учебно-методическое пособие	Москва: Издательский Центр РИО❖, 2016, электронный ресурс	1
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
Э1	Пресс-служба - электронная газета для профессионалов в области рекламы и связей с общественностьюhttp://www.press- service.ru			
Э2	РАСО. Российская ассоциация по связям с общественностьюhttp://www.raso.ru/			
Э3	Страница Фонда-оператора президентских грантов по развитию гражданского обществагрантыпрезидента.рф			
Э4	Методические рекомендации по подготовке бюджета проектаhttps://фондкультурныхинициатив.рф/public/home/documents			
6.3.1 Перечень программного обеспечения				
6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office			
6.3.2 Перечень информационных справочных систем				
6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/			
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических занятий должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. При проведении лекционных занятий в аудитории используется интерактивное оборудование (компьютер, мультимедийный проектор).			
-----	---	--	--	--