

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего профессионального образования
«Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций
им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»

Кафедра Социально-политических наук

ДИСЦИПЛИНА

Введение в профессию

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ ПРИ ПОДГОТОВКЕ
К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

Направление подготовки	Реклама и связи с общественностью 42.03.01
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очное
Составитель:	к.полит.н., доцент Шутман Д.В.

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры СПН
(протокол № _____ от _____)

Зав. кафедрой _____ (Чернов С.А.)

Содержание:

1. Введение
2. Список литературы
3. Интернет-ресурсы
4. Темы практических занятий
5. План самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям

1. Введение

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов при подготовке к практическим занятиям по дисциплине «Введение в профессию» составлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), в соответствии с рабочим учебным планом и в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций.

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1).

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, информационные опасности и угрозы, возникающие в процессе развития современного общества, методы и процедуры исследования в конкретной предметной области (ОК-6, ОПК-1);

уметь: реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ОК-6, ОПК-1);

владеть: способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении коммуникации с государственными учреждениями, общественными организациями, средствами массовой информации (ОК-6, ОПК-1).

Для выполнения задания необходимо изучить рекомендованную или самостоятельно подобранную к теме литературу и интернет-ресурсы. Затем осмыслить и извлечь из нее фактический и оценочный материал, распределить по пунктам принятого плана и представить в виде презентации.

Оценка выполненного задания строится на основе учета:

- понимания изученной темы;
- полноты ее раскрытия;
- знания литературы;
- ясного, логичного и аргументированного изложения.

2. Список литературы

Основная литература:

1. Володина, Л. В. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. В. Володина, О. К. Карпухина ; рец.: В. А. Ачкасова, Е. К. Демиховская ; Федер. агенство связи, Федер. гос. образовательное бюджетное учреждение высш. проф. образования "С.-Петерб. гос. ун-т телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича". - СПб. : СПбГУТ, 2012. - 91 с.
2. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс]: учебник/ Ф. И. Шарков. — М. : Дашков и К, 2014. — 330 с.
3. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : учеб. пособие / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 159 с.

Дополнительная литература:

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Д. П. Гавра. – СПб. : Питер, 2011. – 288 с.
2. Голуб, О. Ю. Теория коммуникации [Электронный ресурс] : учебник / О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова. - М. : Дашков и К, 2011. - 338 с.
3. Связи с общественностью как социальная инженерия : учеб. пособие / В. А. Ачкасова [и др.] ; ред. В. А. Ачкасова, Л. В. Володина. - СПб. : Речь, 2015. - 336 с.
4. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. А. Шомова [и др.] ; ред. В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 198 с.
5. Старенченко, Ю. Л. Основы коммуникационного менеджмента [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю. Л. Старенченко ; М-во Рос. Федерации по связи и информатизации, С.-Петерб. гос. ун-т им. проф. М. А. Бонч-Бруевича. - СПб. : СПбГУТ, 2011. - 43 с.

3. Интернет-ресурсы

Наименование ресурса	Адрес
PR в России: всероссийский научно-популярный журнал	http://rupr.ru/
Библиотека Екатерины Алеевой: журналистика, реклама, PR	http://www.eartist.narod.ru/journ.htm
Бренд, PR-технологии, теория маркетинга и услуг	http://marketingist.ru

4. Темы практических занятий

Тема 1. Коммуникативные профессии: история и современность.

Тема 2. Истоки формирования коммуникативных профессий

Тема 3. Цели, задачи и функции рекламной и СО-деятельности: общее и особенное

Тема 4. Особенности рынка рекламы и связей с общественностью

Тема 5. Сегменты рынка рекламы и связей с общественностью.

Тема 6. Процесс профессиональной институционализации и его атрибуты: профессиональные ассоциации и конкурсы

5. План самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям

Тема 1. Коммуникативные профессии: история и современность.

План

1. История становления коммуникативных профессий.
2. Современные коммуникативные профессии.

Тема 2. Истоки формирования коммуникативных профессий

План

1. Генезис коммуникативных профессий.
2. Факторы формирования коммуникативных профессий.

Тема 3. Цели, задачи и функции рекламной и СО-деятельности: общее и особенное.

План

1. Цель СО-деятельности.
2. Задачи и функции СО-деятельности.

Тема 4. Особенности рынка рекламы и связей с общественностью.

План

1. Характеристики рынка рекламы.
2. Характеристики рынка СО.

Тема 5. Сегменты рынка рекламы и связей с общественностью.

План

1. Основания сегментирования рынка рекламы и СО.
2. Перспективы развития рынка рекламы и СО.

Тема 6. Процесс профессиональной институционализации и его атрибуты: профессиональные ассоциации и конкурсы.

План

1. Профессиональные ассоциации в сфере рекламы и СО.
2. Конкурсы профессионального мастерства в сфере рекламы и СО.

