



**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ДГТУ)**

Факультет Медиакоммуникации и мультимедийные технологии
Кафедра «Связи с общественностью»

**Методические указания
«ДИСЦИПЛИНА ПРОФСТАНДАРТА»
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
по программе «Связи с общественностью»**

Ростов-на-Дону
2024

Составитель: канд. филос. наук, доц. Л.Г.Орехова

Методические указания по подготовке и написанию контрольных работ по курсу: «Дисциплина профстандарта» для студентов направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» для всех- форм обучения.

Содержат рекомендации по выполнению и оформлению контрольной работы, тематику работ, перечень основной литературы и Интернет-ресурсов, необходимых для подготовке к выполнению работы. Предназначены для студентов направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» всех- форм обучения.

Предмет изучения курса «Дисциплина профстандарта» – система формирования коммуникаций хозяйствующих субъектов в медиаотрасли, медиаисследования базисного субъекта деятельности и создание медиапродуктов

для поддержания отношений с целевыми аудиториями, разработке и реализации коммуникационной стратегии организаций, направлены по формированию и поддержанию коммуникаций.

Цель курса - формирование представления о современном медиапространстве, роли и месте масс-медиа в жизни современного общества и профессиональной деятельности; развитие навыков анализа медиарынка; самостоятельного расширения и углубления полученных знаний о медийной системе и развитие аналитических способностей для решения профессиональных задач.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) Изучить основные понятия дисциплины;
- 2) Рассмотреть историю становления и развития медиаотрасли в России;
- 3) Иметь представление о медиатрендах и геополитической обстановке, в которой создается и распространяется медийный продукт.
- 4) Овладеть навыками проведения исследования медиарынка.

По завершению изучения курса студенты должны знать:

- 1) историю становления и развития медиаотрасли;
- 2) основные субъекты медиотрасли и базовые медийные модели;
- 3) современный российский медиарынок, его структуру;
- 4) принципы организации и специфику работы PR-отделов в медиаотрасли.

Студенты должны уметь:

- 1) устанавливать и поддерживать связи со средствами массовой информации, людьми и организациями, владеющими важными сведениями, источниками информации;

- 2) организовывать и проводить мероприятия;
- 3) использовать методику и технику проведения исследований медиарыка.

Студенты должны владеть:

1) навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ),

2) навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы;

3) навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами.

Курс «Дисциплина профстандарта» логически связан с дисциплинами: «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика имиджмейкинга» и др.

Формы организации обучения: лекции, консультации, практические занятия. Работа студентов направляется программой дисциплины, минимальными требованиями по освоению тематики, методическими рекомендациями.

Лекции по курсу «Дисциплина профстандарта» призваны решать две основные задачи:

во-первых, информативную, т.е. сообщать студенту определенный набор теоретических знаний об изучаемой области действительности;

во-вторых, развивающую, т.е. способствовать выработке навыков самостоятельной познавательной деятельности, мышления и оценки на основе полученных знаний.

Лекции содержат основную информацию по темам и ориентируют студентов на самостоятельную работу. Главной самостоятельной работой студентов является самостоятельная подготовка: изучение материалов учебников и информационных ресурсов.

При освоении «Дисциплина профстандарта» студентам имеют возможность индивидуальной работы с преподавателями в режиме **консультации**. Консультации проводятся в течение семестра, по утвержденному графику.

Информацию о месте и времени консультации можно получить в деканате и на кафедре.

Работа студентов оценивается дифференцированно в зависимости от того как они усвоили теоретический материал, выполняли практические задания.

Требования к письменным работам, рефератам

Требуемый размер текста – от 10 до 15 машинописных страниц, кегль 14, интервал 1,5. В составе текста должны быть следующие части: титульная страница, «Содержание», «Введение», основная часть, «Заключение» и «Перечень использованных информационных ресурсов». Во вводной части формулируются цель реферата и актуальность рассматриваемой темы. В заключительной части формулируются собственные выводы из рассмотренного материала.

В списке литературы должны быть правильно и подробно оформлены выходные данные текстов, использованных при подготовке; приводятся в алфавитном порядке.

В описании каждого текста указываются: автор, название, место издания, издательство, год издания; для периодических изданий и серий приводятся их номера; если текст составляет часть издания, то указываются соответствующие страницы. Цитаты в тексте (а также любые материалы, которые буквально пересказаны) приводятся обязательно с точной ссылкой на источник из списка литературы; цитируемые слова выделяются кавычками. Желательно, чтобы объем

цитат не превышал пятой части от каждой страницы. Ссылка с указанием источника делается в квадратных скобках (в основном тексте).

«Дисциплина профстандарта» изучается в течение семестра. В процессе обучения курса осуществляется и итоговый контроль.

В курсе учитывается подготовка, полученная студентами в рамках базовых и специальных профессиональных дисциплин в области связей с общественностью (СО), рекламы, теории и практики массовой информации, технологии спичрайтинга и раскрывается возможность их прикладного применения в планировании и осуществлении коммуникационных кампаний.

В результате изучения курса студенты должны: иметь представление о PR технологиях применяемых в медиаотрасли, владеть инструментами и методами коммуникационных технологий.

Студенты заочной формы обучения выполняют контрольную работу. Контрольная работа – одна из основных форм межсессионных заданий для студентов заочной формы обучения. Работы выполняются по специальной тематике контрольных работ, составленной кафедрой «Связи с общественностью» на основе учебной программы курса.

Согласно учебному плану студент заочной формы обучения обязан выполнить одну контрольную работу за семестр. **Номер контрольной работы должен соответствовать последней цифре номера зачетной книжки студента.**

Контрольная работа должна состоять из введения, основной части и заключения. **Во введении** следует дать обоснование важности и актуальности избранной темы, сформулировать цель и задачи работы, осуществить обзор использованной литературы и источников. **Основная часть** контрольной работы. При раскрытии основных вопросов необходимо обеспечить их полное соответствие формулировкам плана. Каждый раздел основной части должен завершаться краткими выводами.

Заключение контрольной работы не должно содержать новых фактических данных. В нем резюмируется содержание работы, делаются четкие выводы по всей теме. Контрольная работа должна быть написана грамотно, необходимо стремиться к ясному и четкому стилю изложения материала. Приводимые в тексте цитаты необходимо снабжать ссылками на источники. В конце контрольной работы приводится список литературы и информационных источников (в алфавитном порядке), использованной студентом, при этом следует использовать преимущественно литературу последних лет издания, не менее пяти наименований. Требования к оформлению списка литературы (см. Приложение 1).

Оформление контрольной работы делается в соответствии с «Правилами оформления письменных работ обучающихся для гуманитарных направлений подготовки»; «Правилами применения шаблонов оформления письменных работ обучающихся» введены в действие от 16.12.2020 №242.

Контрольная работа выполняется на стандартных листах белой бумаги формата А4. Текст работы должен быть набран на компьютере: шрифт Times New Roman, размер кегля – 14, межстрочный интервал – 1,5. Поля: слева – 3 см; сверху и снизу – 2,0 см; справа – 1,5 см. Красная строка – 1,25 см. Объем контрольной работы – 15-20 страниц. Нумерация страниц – сквозная. Номера страниц на титульном листе и втором листе с планом контрольной работы не ставятся. Каждый раздел работы, имеющий свой заголовок, начинается с новой страницы. Заголовок помещается в её верхней части и выделяется более крупным или жирным шрифтом.

При выполнении всех требований, предъявляемых к контрольной работе, студент получает допуск к защите контрольной работы на экзамене. Все замечания, сделанные преподавателем в ходе проверки, необходимо учесть, то есть внести дополнения и изменения к основному тексту на дополнительных листах. На экзамене студент представляет экзаменатору свою контрольную работу и текст дополнений, либо переделанную контрольную работу. Если контрольная работа не

соответствует изложенным выше требованиям, то она не зачитывается. Студент обязан переработать ее полностью или отдельные разделы в соответствии с полученными замечаниями. Сроки представления контрольной работы при этом не изменяются. Для проверки выполнения студентами указаний, сделанных преподавателем и для методической помощи студентам проводятся собеседования в сроки, установленные деканатом.

Студенты, получившие зачет за выполненную контрольную работу, допускаются к сдаче экзамена.

1. Российский медиарынок: состояние и перспективы.
2. Профессиональные функции специалиста по связям с общественностью: российская практика применения в деятельности.
3. Профессиональные стандарты по подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью.
4. Медиа и информационные ресурсы специалиста по связям с общественностью.
5. Кодексы профессионального поведения в области связей с общественностью.
6. Этические принципы в профессиональной деятельности и основные этические правила.
7. Медиаиндустрия в России: основные характеристики. Становление и развитие регионального рынка коммуникационных услуг.
8. Основные российские медиахолдинги: становление и развитие.
9. Региональные медиахолдинги: структура, миссия, цели, стратегия общая характеристика.
10. Технологии ньюсмейкинга. Основные российские новостные сайты.
11. Новые медиа в профессиональной деятельности.
12. Коммуникационные агентства медиаотрасли: структура, классификация.
13. Технологии медиарилейшнз в профессиональной деятельности.
14. Конвергентные СМИ: сущность, особенности, модели конвергенции.

15. Российские профессиональные объединения в медиаотрасли цели, задачи, миссия
16. Технология special event в профессиональной деятельности.
17. Управление информацией в профессиональной деятельности.
18. Технология инвестор рилейшнз в медиаотрасли
19. Современные информационные кампании в медиаотрасли
20. Новые социальные сети в РФ: тенденции развития.
21. Искусственный интеллект в профессиональной деятельности: особенности работы специалистов по СО.
22. Профессиональные конкурсы в области связей с общественностью: национальная и региональные премии.
23. Интернет-ресурсы в профессиональной деятельности: основные интернет порталы.
24. Российские профессиональные периодические издания в области медиа и коммуникаций.
25. Основные тенденции и перспективы развития медиаотрасли.
26. Диджитал-коммуникации в сфере рекламы и PR.
27. Организация работы специалистов по рекламе и PR в социальных сетях.
28. Национальные профессиональные мероприятия для специалистов в области коммуникаций: цели, задачи, особенности организации и проведения.
29. Планирование информационно-коммуникационной деятельности организации.
30. Медиапроекты в профессиональной деятельности: инициация и реализация.

Вопросы для промежуточной аттестации

1. Российский рынок коммуникационных услуг: состояние и перспективы.
2. Требования к подготовке специалистов по связям с общественностью и современная коммуникационная среда. Профессиональные функции.
3. Профессиональный и образовательный стандарты по подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью.
4. Основные профессиональные информационные ресурсы специалиста по связям с общественностью.
5. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.

6. Этические проблемы в профессиональной деятельности и основные этические правила.
7. Типовая должностная инструкция специалиста по связям с общественностью.
8. PR отрасль в России: основные характеристики. Становление и развитие регионального рынка коммуникационных услуг.
9. Медиахолдинги в России: становление и развитие.
10. Региональные медиахолдинги: общая характеристика.
11. Новостной сегмент в российской PR-отрасли. Технологии ньюсмейкинга.
12. Новые медиа и технологии новых медиа в профессиональной деятельности.
13. Коммуникационные агентства как субъект медиаотрасли: понятие, структура, классификация.
14. Технологии связей с общественностью. Медиарилейшнз в системе связей с общественностью.
15. Конвергентные СМИ: сущность, особенности, модели конвергенции.
16. Профессиональные объединения как субъект медиаотрасли и рынка коммуникационных услуг: цели, задачи, миссия
17. Технология special event. Специальные мероприятия: цели, задачи, особенности.
18. Организация и проведение специальных событий, способных дать медийный резонанс.
19. Управление информацией в профессиональной деятельности.
20. Паблсити в медиаотрасли: специфика создания и управления.
21. Имидж СМИ: цели, задачи, особенности.
22. Технология имиджмейкинга в медиаотрасли: этапы создания имиджа СМИ.
23. Технология инвестор рилейшнз. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами.
24. Информационные кампании в медиаотрасли. Особенности организации и проведения.
25. Блогосфера: основные блогинг площадки. Блог как жанр медиа.
26. Новые социальные сети в РФ: тенденции развития.
27. Правовое обеспечение деятельности специалиста по связям с общественностью. Федеральные законы, регулирующие деятельность.
28. Цифровизация профессиональной деятельности: особенности организации работы специалистов по СО.
29. Профессиональные конкурсы в области связей с общественностью: национальная и региональные премии.
30. Характеристика Интернет-ресурсов в области связей с общественностью.

31. Международная Ассоциация бизнес-коммуникаторов (IABC): цели, задачи и характеристика деятельности.
32. Российская Ассоциация по связям с общественностью: история создания и характеристика деятельности.
33. Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей: цель, задачи и характеристика деятельности.
34. Характеристика российских и международных профессиональных периодических изданий в области связей с общественностью.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ОФОРМЛЕНИЕ

ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

Законодательные и нормативные документы

Федеральный закон Российской Федерации от 21 июля 2011г. N 254-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» // Российская газета. – № 5537. –2011. – 26 июля.

Молодежь в России. 2010: стат. сб. / ЮНИСЕФ, Росстат. – Офиц. изд. – М. : ИИЦ «Статистика России», 2010. – 166 с

Один автор

Губа, В. П. Морфобиомеханические исследования в спорте / В. П. Губа. – М.: СпортАкадемЭкспресс, 2020. – 119 с.

Два и более авторов

Железняк, Ю. Д. Основы научно-методической деятельности в физической культуре и спорте: учебное пособие для вузов/ Ю. Д. Железняк, П. К. Петров. – М.: Академия, 2012. – 264 с.

Часть книги

Граевская, Н.Д. Оценка функционального состояния спортсменов по показателям состояния и взаимосвязи различных физиологических систем

организма / Н.Д. Граевская // Современная система и методы врачебного контроля в спорте. – Малаховка: МОГИФК, 2012. – С. 4-12.

Периодические издания (журналы, сборники научных трудов, материалы конференций)

Дворкина, Н. И. Половозрастные особенности взаимозависимости в развитии интеллектуальных способностей и физических качеств детей дошкольного возраста / Н. И. Дворкина // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2013. - № 3. – С. 5-8.

Несколько авторов

Курдюков, Б. Ф. Обучение дошкольников социальному взаимодействию в детских группах / Б. Ф. Курдюков, Н. В. Иванова, М. Б. Бойкова, Ю. Ю. Городецкая // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2014. – № 1. – С. 46-49.

Материалы конференций

Сокин, А. В. Методы медиаисследований / А. В. Сокин // Проблемы теории и практики в исследованиях; Труды 33 научной конференции РУДН. – М. – 2017. – С. 223-225.

Электронный ресурс

Рыбаков, С.Ю. Проблема духовности в педагогическом аспекте / С. Ю. рыбаков // Теория и практика общественного развития [Электронный ресурс]. - 2014. № 16. Режим доступа: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2014/16/pedagogics/rybakov.pdf. (Дата обращения 10 октября 2022)

Сайт

Сайт журнала «Физическая культура, спорт – наука и практика» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.kgafk.ru/kgufk/html/gyr.html>.

