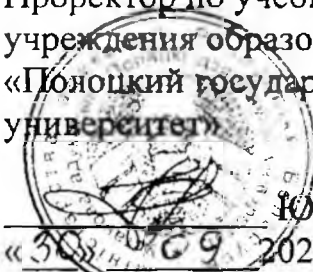


Учреждение образования «Полоцкий государственный университет»

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе  
учреждения образования  
«Полоцкий государственный  
университет»

Ю.П. Голубев  
«30»/09/2021 г.

Регистрационный № УД-279/21/уч.

## **МОДУЛЬ «ПРАКТИКА СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

### **ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ**

Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальности  
**1-23 01 15 «Социальные коммуникации»**

2021 г.

Учебная программа составлена на основе типовой учебной программы для высших учебных заведений по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации», регистрационный №ТД-Е.532/тип. от 10.12.2014 и учебного плана по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации», регистрационный № 13-21 уч. ФЭФ от 26.07.2021

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

Шидловский Сергей Олегович, доцент кафедры социальных коммуникаций Учреждения образования «Полоцкий государственный университет», кандидат исторических наук, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ**

Кафедрой социальных коммуникаций Учреждения образования «Полоцкий государственный университет»  
(протокол № 1 от 31 08 2021 г.)

Методической комиссией финансово-экономического факультета учреждения образования «Полоцкий государственный университет»  
(протокол № 2 от 24 08 2021 г.)

Научно-методическим советом учреждения образования «Полоцкий государственный университет»  
(протокол № 1 от 30 09 2021 г.)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Введение в специальность» является основополагающей в системе профессиональной ориентации будущего специалиста по социальным коммуникациям. Учебная программа по учебной дисциплине «Введение в специальность» разработана для специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» в соответствии с учебным планом специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации», регистрационный № 13-21 уч. ФЭФ от 26.07.2021 г. и входит в модуль «Практика социальных коммуникаций».

**Цель преподавания учебной дисциплины:** сформировать у студентов системные представления о содержании и условиях их будущей профессиональной деятельности, ознакомить с основными требованиями к специалистам данного профиля, с основами организации аудиторного умственного труда, методами выявления и развития своих способностей, а также сформировать базу знаний основных понятий и терминов по социальным коммуникациям.

**Задачи учебной дисциплины:**

- определить сферы, объектов, задач и видов профессиональной деятельности, профессиональных компетенций специалиста по социальным коммуникациям;
- сформировать первоначального понятийно-категориального аппарата будущей профессии;
- ознакомить студентов с видами профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям;
- ознакомить студентов с системой подготовки специалистов данного профиля в учебных заведениях Республики Беларусь и за рубежом;
- ознакомить студентов с требованиями образовательного стандарта и учебного плана по данной специальности, правилами внутреннего распорядка высшего учебного заведения, способами рационального планирования учебной деятельности, видами самостоятельной работы студентов.

**Место учебной дисциплины** в системе подготовки специалиста с высшим образованием.

Учебная дисциплина относится к циклу социально-гуманитарных дисциплин (государственный компонент).

**Связи** с другими учебными дисциплинами, включая учебные дисциплины компонента учреждения высшего образования, дисциплины специализации и др.

Учебная дисциплина читается в первом семестре и имеет непосредственную связь с такими дисциплинами как «История социальной коммуникации», «Теория социальной коммуникации».

В соответствии с поставленными целями и принципами социально-гуманитарной подготовки выпускник учреждения высшего образования при

подготовке по образовательной программе первой ступени должен приобрести следующие универсальные компетенции (УК):

УК-5. Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности.

УК-6. Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

**знать:**

- основную профессиональную терминологию;
- содержание профессиональной деятельности;
- требования образовательного стандарта;
- содержание учебного плана учреждения высшего образования по специальности;
- международный опыт подготовки специалистов;

**уметь:**

- определять задачи профессиональной деятельности;
- осуществлять аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу;
- определять свои способности и выбирать курсы по выбору студента;
- планировать профессиональную карьеру.

**владеть:**

- навыками учебы в учреждении высшего образования в соответствии с требованиями образовательного стандарта;
- коммуникативными навыками при осуществлении академической деятельности;
- навыками использования в учебе информационных ресурсов.

Форма получения высшего образования – дневная.

В соответствии с учебным планом на изучение учебной дисциплины «Введение в специальность» отводится:

всего – 108 часов, аудиторных – 34 часа, из них 16 часов – лекции, 18 часов – семинарских занятия. Самостоятельная работа студентов – 74 часов.

Трудоемкость – 3 з.е.

Учебная дисциплина изучается в 1 семестре.

Форма текущей аттестации – зачёт.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Тема 1. Коммуникация как наука: основные понятия и термины**

Роль коммуникации в человеческом обществе. Возникновение коммуникационных наук. Современная классификация коммуникационных наук. Массовая коммуникация. Организационная коммуникация. Информационные потоки в обществе и организациях. Основные модели коммуникации. Коммуникационные барьеры. Коммуникационные стратегии.

Постиндустриальное и информационное общество: технологическое, экономическое, социологическое, культурологическое определения. Развитие информационного общества в Республике Беларусь. Сайты государственных органов Республики Беларусь. Особенности социальных коммуникаций в информационном обществе. Массовые и организационные коммуникации в сети Интернет. Социальные и новые медиа. Использование социальных и новых медиа в деятельности государства и организаций.

### **Тема 2. Виды профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям**

Роль социальных коммуникаций в государственной политике и деятельности организаций. Внешние и внутренние коммуникации организации. Реклама и связи с общественностью (PR) как основные направления коммуникационной деятельности. Формирование внешнего и внутреннего имиджа организации и/или ее лидера. Коммуникационная составляющая маркетинга: продвижение товаров и услуг. Коммуникативная составляющая управления: информационные потоки и коммуникация в организациях.

Информационное обеспечение политических, экономических и управленческих решений. Роль эмпирических исследований в обеспечении коммуникационной деятельности государства и организаций. Этические стандарты специальности.

Профессии в сфере социальных коммуникаций: PR-менеджер, менеджер по рекламе, имиджмейкер, антикризисный менеджер, специалист по политической пропаганде, специалист по ведению переговоров, маркетолог, менеджер по управлению и развитию персонала. Организации и подразделения, осуществляющие профессиональную коммуникационную деятельность. Практическая значимость Интернета как составляющей информационной среды.

### **Тема 3. Национальная система высшего образования в сфере коммуникации в контексте мировых тенденций**

Характеристика системы высшего образования Республики Беларусь по типам составляющих её вузов. Система образовательных стандартов высшего образования. Ступени высшего образования. Болонский процесс.

Академическая специальность «Социальные коммуникации». Родственные специальности: «Информация и коммуникация», «Межкультурные коммуникации». Образовательный стандарт специальности «Социальные коммуникации». Учебный план специальности «Социальные коммуникации». Специальность «Социальные коммуникации» и родственные специальности в университетах стран СНГ, Евросоюза и США.

### **Тема 4. Предмет и задачи профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям. Квалификационные требования**

Сферы профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям. Объекты и виды профессиональной деятельности. Задачи профессиональной функционирования. Квалификационная деятельность. Значение коммуникационной деятельности для общества. Требования к уровню подготовки специалиста, характеристика специальности: академические, социально-личностные и профессиональные компетенции.

## **Тема 5. Академические компетенции студента университета и специалиста**

Студент университета как субъект образовательного процесса. Академические компетенции студента. Организация учебного процесса в университете. Организация учебной работы студента. Виды занятий и формы отчетности. Самостоятельная работа студента: аудиторная самостоятельная работа, внеаудиторная контролируемая самостоятельная работа, внеаудиторная неконтролируемая самостоятельная работа. Формы самостоятельной работы. Оценивание самостоятельной работы студентов. Расчет объема самостоятельной работы студента. Курсовые работы. Учебные и производственные практики. Итоговая аттестация выпускника: государственный экзамен и дипломная работа.

**Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Введение в специальность»  
Дневная форма получения высшего образования**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Литература	Форма контроля знаний
		лекции	семинарские	практические	лабораторные занятия	управляемая самостоятельная работа студента		
1	2	3	4		5	6	8	9
<b>1 семестр</b>								
1.1.1	<b>Коммуникация как наука: основные понятия и термины</b> 1. Коммуникация и человеческое общество. 2. История развития наук о коммуникации. 3. Коммуникационные науки: предмет и специфика.	2					Осн.: 1-4 Доп.: 4, 6, 10.	
1.1.2	<b>Введение в дисциплину</b> 1. Роль коммуникации в человеческом обществе. 2. Возникновение коммуникационных наук. 3. Современная классификация коммуникационных наук.		2				Осн.: 1-4 Доп.: 4, 6, 10.	Устный опрос, дискуссия
1.2.1	<b>Коммуникация как наука: основные понятия и термины</b> 1. Модели коммуникации. 2. Интерактивный характер современных социальных коммуникаций. 3. Коммуникационные барьеры. 4. Коммуникативные стратегии.	2					Осн.: 1-4 Доп.: 4, 6, 10.	
1.2.2	<b>Особенности социальных коммуникаций в информационном обществе</b> 1. Массовые и организационные коммуникации в сети Интернет. 2. Социальные и новые медиа. 3. Использование социальных и новых медиа в деятельности государства и организаций.		2				Осн.: 1-4 Доп.: 4, 6, 10.	Устный опрос, дискуссия.
1.3.1	<b>Коммуникация как наука: основные понятия и термины</b> 1. Понятие и сущность информационного общества. 2. Современные процессы информатизации в Республике Беларусь. 3. Специфика средств массовой коммуникации в информационном обществе. 4. Характеристика различных типов медиа в информационном обществе.	2					Осн.: 1-4 Доп.: 4, 6, 10.	

1.3.2	информационное общество <b>Постиндустриальное и информационное общество</b> 1. Технологическое, экономическое, социологическое, культурологическое определения понятия «информационное общество». 2. Развитие информационного общества в Республике Беларусь. 3. Сайты государственных органов Республики Беларусь.		2				Осн.: 1-4 Доп.: 4, 6, 10.	Устный опрос, дискуссия
2.1.1	<b>***Виды профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям {контрольная точка}</b> 1. Внешние и внутренние коммуникации организации. 2. Структурная модификация общественных связей в социальной коммуникации. 3. Формирование внешнего и внутреннего имиджа организации.	2					Осн.: 3-5 Доп.: 1-4, 7.	
2.1.2	<b>Социальные коммуникации в государственной политике и деятельности организаций</b> 1. Роль социальных коммуникаций в государственной политике. 2. Роль социальных коммуникаций в деятельности организаций. 3. Коммуникативная составляющая управления.		2				Осн.: 3-5 Доп.: 1-4, 7.	Контрольная работа №1 *
2.2.1	<b>Виды профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям</b> 1. Связи с общественностью и реклама как основные виды деятельности специалиста по социальным коммуникациям. 2. Маркетинговые коммуникации как элемент коммуникативной деятельности. 3. Коммуникативные аспекты управленческой деятельности	2					Осн.: 3-5 Доп.: 1-4, 7.	
2.2.2	<b>Реклама и связи с общественностью (PR) как основные направления коммуникационной деятельности</b> 1. Коммуникационная составляющая маркетинга 2. Специфика работы PR-менеджера, менеджера по рекламе, имиджмейкера, антикризисного менеджера, специалиста по политической пропаганде, специалиста по ведению переговоров, маркетолога, менеджера по управлению и развитию персонала		2				Осн.: 3-5 Доп.: 1-4, 7.	Устный опрос, доклады
2.3.1	<b>Виды профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям</b> 1. Профессии в сфере социальных коммуникаций. 2. Этические стандарты специальности.	2					Осн.: 3-5 Доп.: 1-4, 7	
2.3.2	<b>Профессии в сфере социальных коммуникаций</b> 1. Организации и подразделения, осуществляющие профессиональную коммуникационную деятельность. 2. Практическая значимость Интернета как составляющей информационной среды.		2				Осн.: 3-5 Доп.: 1-4, 7	Индивидуальное самостоятельное задание №1
3.1.1	<b>Национальная система высшего образования в сфере социальных коммуникаций в контексте мировых тенденций</b> 1. Академическая специальность «Социальные коммуникации». 2. Образовательный стандарт специальности. 3. Учебный план специальности. 4. Специальность «Социальные коммуникации» в университетах мира.	2					Образовательный стандарт специальности	



3.1.2	<b>Специальность «Социальные коммуникации»</b> 1. Образовательный стандарт специальности «Социальные коммуникации». 2. Учебный план специальности «Социальные коммуникации». 3. Специальность «Социальные коммуникации» и родственные специальности в университетах стран СНГ, Евросоюза и США.		2				Образовательный стандарт специальности	Эссе
4.1.1	<b>Предмет и задачи профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям. Квалификационные требования</b> 1. Значение коммуникационной деятельности для функционирования общества. 2. Требования к уровню подготовки специалиста. 3. Квалификационная характеристика специальности	2					Осн.: 2, 5 Доп.: 5-10	
4.1.2	<b>Значение коммуникационной деятельности для общества</b> 1. Объекты и виды профессиональной деятельности специалиста в области социальных коммуникаций. 2. Требования к уровню подготовки специалиста, характеристика специальности: академические, социально-личностные и профессиональные компетенции.		2				Осн.: 2, 5 Доп.: 5-10	Индивидуальное самостоятельное задание №2
5.1.1	<b>*** Академические компетенции студента вуза и специалиста {контрольная точка}</b> 1. Виды занятий и формы отчетности. 2. Самостоятельная работа студента: аудиторная самостоятельная работа, внеаудиторная контролируемая самостоятельная, внеаудиторная неконтролируемая самостоятельная работа. 3. Оценивание самостоятельной работы (рейтинговая система). 4. Итоговая аттестация выпускника.		2				Образовательный стандарт специальности	Контрольная работа № 2*
	<b>ВСЕГО</b>	<b>16</b>	<b>18</b>					
* Мероприятия промежуточного контроля								

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### ЛИТЕРАТУРА

#### Основная

1. Баранова, Е.В. Социология массовой коммуникации : учеб, пособие / Е. В. Баранова. - Минск : Выш. шк., 2012. - 172, [2] с.
2. Белорусская национальная медиасреда. Социологический аспект / А. В. Гусев [и др.] ; [под редакцией О.В. Пролесковского, Л.Е. Криштаповича]. - Минск : Бел. Дом печати, 2011. - 111 с.
3. Головачев, А.С. Экономика организации (предприятия) : учебное пособие / А. С. Головачев. - Минск : Вышэйшая школа, 2015. - 686, [1] с. - Библиогр. : с. 674-677.
4. Калачева, И.И. История и теория социальных коммуникаций : учебно-методический комплекс для студентов факультета философии и социальных наук, обучающихся по специальности 1-23 01 15 "Социальные коммуникации" / И. И. Калачева, О. Е. Дмитриева ; Белорусский государственный университет. - Минск : БГУ, 2016. – 206 с.
5. Массовые коммуникации: учебно-методический комплекс для студентов, обучающихся по специальности 1-23 01 15 "Социальные коммуникации" / Н. В. Ефимова [и др.] ; Белорусский государственный университет. - Минск: БГУ, 2017. - 182 с.

#### Дополнительная

1. Дымова, И. Актуальные проблемы современности и журналистика [Электронный ресурс] : учебное пособие / И., Г. Щербакова ; И. Дымова, Г. Щербакова; Министерство образования и науки Российской Федерации; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2012. - 132 с. - Допущено Министерством образования Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259174>
2. Маслова, В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учеб. пособие / В. М. Маслова. - М. : Вузовский учебник, 2007. - 175 с.
3. Пономарев, Н.Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты: учеб. пособие / Н. Ф. Пономарев. - СПб. : Питер, 2008. - 207 с.
4. Особенности трансформации информационного поля Республики Беларусь в современных условиях: социологический анализ: монография / И. И. Бузовский [и др.] ; [авторы: И.И. Бузовский, А.Н. Карлюкевич, А.В. Посталовский, Д.Г. Ротман]. - Минск: Выш. шк., 2020. – 132 с.
5. Садохин, А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации : учебное пособие / А. П. Садохин. - 2 изд., стереотипное. - Москва : КНОРУС, 2019. - 254 с. - Рекомендовано Научно-методическим советом по культурологии Министерства образования РФ для высших учебных заведений в качестве учебного пособия по дисциплине "Культурология" блока ГСЭ государственного образовательного стандарта.
6. Сидорская, И.В. Теория коммуникации: учеб.-метод. комплекс для студ. фак. журналистики, обуч. по спец. 1-23 01 07-01 "Информация и коммуникация (технологии коммуникации)" / И. В. Сидорская. - Минск: БГУ, 2008. - 162 с.
7. Сидорская, И.В. Коммуникации в организации: учебное пособие / И. В. Сидорская ; Белорусский государственный университет. - Минск : БГУ, 2015. - 141 с. - Допущено Министерством образования Республики Беларусь в качестве учебного пособия для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Информация и коммуникация", "Социальные коммуникации".
8. Сидорская, И.В. Институт публичных рилейшнз в развитии социодинамических процессов в Республике Беларусь / И. В. Сидорская ; Белорусский государственный университет. - Минск : БГУ, 2017. – 198 с.

9. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. - Москва: Дашков и К°, 2016. - 324 с. - Режим доступа: - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044>

10. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова ; [Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова]. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 603 с. - Рекомендовано Учебно-методическим отделом высшего образования в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям.

## ПЕРЕЧЕНЬ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

### *Семинарское занятие № 1. Введение в дисциплину*

1. Роль коммуникации в человеческом обществе.
2. Возникновение коммуникационных наук.
3. Современная классификация коммуникационных наук.

### *Семинарское занятие № 2. Особенности социальных коммуникаций в информационном обществе*

1. Массовые и организационные коммуникации в сети Интернет.
2. Социальные и новые медиа.
3. Использование социальных и новых медиа в деятельности государства и организаций.

### *Семинарское занятие № 3. Постиндустриальное и информационное общество*

1. Технологическое, экономическое, социологическое, культурологическое определения понятия «информационное общество».
2. Развитие информационного общества в Республике Беларусь.
3. Сайты государственных органов Республики Беларусь.

### *Семинарское занятие № 4. Социальные коммуникации в государственной политике и деятельности организаций (контрольная точка)*

1. Роль социальных коммуникаций в государственной политике.
2. Роль социальных коммуникаций в деятельности организаций.
3. Коммуникативная составляющая управления.

### *Семинарское занятие № 5. Реклама и связи с общественностью (PR) как основные направления коммуникационной деятельности*

1. Коммуникационная составляющая маркетинга
2. Специфика работы PR-менеджера, менеджера по рекламе, имиджмейкера, антикризисного менеджера, специалиста по политической пропаганде, специалиста по ведению переговоров, маркетолога, менеджера по управлению и развитию персонала.

### *Семинарское занятие № 6. Профессии в сфере социальных коммуникаций*

1. Организации и подразделения, осуществляющие профессиональную коммуникационную деятельность.
2. Практическая значимость Интернета как составляющей информационной среды.

### *Семинарское занятие № 7. Специальность «Социальные коммуникации»*

1. Образовательный стандарт специальности «Социальные коммуникации».
2. Учебный план специальности «Социальные коммуникации».
3. Специальность «Социальные коммуникации» и родственные специальности в университетах стран СНГ, Евросоюза и США.

### *Семинарское занятие № 8. Значение коммуникационной деятельности для общества*

1. Объекты и виды профессиональной деятельности специалиста в области социальных коммуникаций.
2. Требования к уровню подготовки специалиста, характеристика специальности: академические, социально-личностные и профессиональные компетенции.

### *Семинарское занятие № 9. Академические компетенции студента вуза и специалиста {контрольная точка}*

1. Виды занятий и формы отчетности.
2. Самостоятельная работа студента: аудиторная самостоятельная работа, внеаудиторная контролируемая самостоятельная, внеаудиторная неконтролируемая самостоятельная работа.
3. Оценивание самостоятельной работы (рейтинговая система).
4. Итоговая аттестация выпускника.

## ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЧЕТА

1. Понятие профессиональной деятельности. Специфика профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям.
2. Квалификационная характеристика специальности: академические, социально-личностные и профессиональные компетенции.
3. Сферы профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям. Объекты и виды профессиональной деятельности.
4. История развития науки о социальной коммуникации.
5. Современная классификация наук о социальной коммуникации.
6. Модели коммуникации. Интерактивный характер современных социальных коммуникаций.
7. Коммуникационные барьеры. Коммуникативные стратегии.
8. Роль социальной коммуникации в государственной политике и деятельности организации. Политический консалтинг и коммуникационный менеджмент государственного аппарата.
9. Роль средств массовой коммуникации государственных учреждений и организаций.
10. Реклама и связи с общественностью в коммуникативной деятельности (PR) как основные направления коммуникационной деятельности.
11. Службы по связям с общественностью как социальные технологии открытой системы управления.
12. Характеристика системы высшего образования Республики Беларусь по типам составляющих ее вузов.
13. Академическая специальность «Социальные коммуникации». Образовательный стандарт специальности. Учебный план специальности.
14. Организация учебного труда студента. Виды занятий и формы отчетности.
15. Студент университета как субъект образовательного процесса. Академические компетенции студента

## ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

При изучении дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- анализ учебной программы по дисциплине «Введение в специальность» с целью выделения тематических блоков для самостоятельной работы студентов;
- проработка баланса времени, необходимого для самостоятельной работы студентов с выделенными тематическими блоками;
- структурирование тематических заданий, ориентированных на формирование и развитие компетенций студентов в контексте самостоятельной работы;
- обзор основной и дополнительной литературы с целью определения рекомендуемых к использованию в контексте самостоятельной работы источников;
- стимулирование студентов к применению интерактивных форм отчетности о проделанной самостоятельной работе (использование Power Point)
- проблемный метод, контент-анализ, социологический опрос, анкетирование, систематизация и структурирование информации как определяющие инструменты студента в контексте его самостоятельной работы.

### Содержание самостоятельной работы студентов (дневная форма получения высшего образования)

Вид самостоятельной работы	Тематическое содержание и используемые источники	Количество часов
Углубленное изучение теоретической части учебной дисциплины	<i>Тема 1. Коммуникация как наука: основные понятия и термины.</i> - составить кроссворд по основным терминам дисциплины Осн.: 1-5 Доп.: 3, 6, 10	6
	<i>Тема 2. Виды профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям.</i> - представить сравнительную характеристику видов профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям в табличном формате Осн.: 1-5	6
	<i>Тема 3. Национальная система высшего образования в сфере социальных коммуникаций в контексте мировых тенденций</i> - представить национальную систему высшего образования в сфере социальных коммуникаций в контексте мировых тенденций в виде блок-схемы Осн.: 2, 3, 5 Доп.: 4, 10	6
	<i>Тема 4. Предмет и задачи профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям. Квалификационные требования</i> - представить презентацию-конспект по теме Осн.: 1, 7, 10	6

	<p><i>Тема 5. Академические компетенции студента вуза и специалиста.</i> -- разработать тестовые задания по теме Осн.: 3, 4, 5</p>	6
	<p><i>Подготовка к мини-контрольной</i> Осн.: 3, 4, 5</p>	7
<p style="text-align: center;"><b>Углубленное изучение практической части учебной дисциплины</b></p>	<p><i>Тема 1. Коммуникация как наука: основные понятия и термины.</i> - анализ источников по истории интернет-коммуникаций - составить словарик основных терминов Осн.: 1-5 Доп.: 3, 6, 10</p>	6
	<p><i>Тема 2. Виды профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям.</i> --- представить презентацию-конспект по теме «<b>Виды профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям</b>» Осн.: 1-5</p>	6
	<p><i>Тема 3. Национальная система высшего образования в сфере социальных коммуникаций в контексте мировых тенденций</i> - представить презентацию-конспект по теме «<b>Национальная система высшего образования в сфере социальных коммуникаций в контексте мировых тенденций</b>» Осн.: 2, 3, 5 Доп.: 4, 10</p>	6
	<p><i>Тема 4. Предмет и задачи профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям. Квалификационные требования</i> - составить план-конспект по теме Осн.: 1, Доп. 7, 10</p>	6
	<p><i>Тема 5. Академические компетенции студента вуза и специалиста.</i> -- основные подходы к определению понятия социальные-коммуникации Осн.: 3, 4, 5</p>	6
	<p><i>Подготовка к мини-контрольной</i> Осн.: 1, 7, 10</p>	7
	<b>ВСЕГО</b>	<b>74</b>

## КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА УСВОЕНИЯ ЗНАНИЙ

Требования к обучающемуся при прохождении текущей аттестации:

- выполнение на должном уровне заданий промежуточного контроля, а также текущих заданий, предлагаемых на семинарских занятиях, включая презентации;
- ответ на вопросы, включённые в билет для зачёта.

Диагностика качества усвоения знаний проводится в форме промежуточного контроля и текущей аттестации. Оценка качества усвоения знаний определяется качеством выполнения заданий промежуточного контроля, а также полнотой и содержательностью ответа на вопросы, содержащиеся в билете для дифференцированного зачёта.

Мероприятия промежуточного контроля проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

- устный опрос;
- письменные проверочные работы (контрольные);
- подготовка эссе, докладов, рефератов, сообщений, презентаций.

Результат промежуточного контроля за семестр оценивается отметкой в баллах по десятибалльной шкале и выводится исходя из отметок, выставленных в ходе проведения мероприятий промежуточного контроля в течение семестра.

Составляющие отметки промежуточного контроля (П) по дисциплине

<i>Промежуточные контрольные мероприятия</i>	<i>Контрольная работа № 1 (П<sub>1</sub>)</i>	<i>Контрольная работа № 2 (П<sub>2</sub>)</i>
<b>Название раздела, темы</b>	<b>Темы 1-3:</b> Коммуникация как наука: основные понятия и термины. Виды профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям. Национальная система высшего образования в сфере коммуникации в контексте мировых тенденций.	<b>Темы 4-5:</b> Предмет и задачи профессиональной деятельности специалиста по социальным коммуникациям. Квалификационные требования.
<b>Результат контрольных мероприятий</b>	Презентация	Презентация

Отметка промежуточного контроля (П) за семестр определяется как среднеарифметическая величина по результатам мероприятий промежуточного контроля по формуле:

$$П = (П_1 + П_2) / 2$$

Отметка по результатам промежуточного контроля увеличивается на 1 балл за участие студента в Республиканском конкурсе научных студенческих работ (п. 6.9. Положения).

Форма текущей аттестации – зачет. Зачет может носить накопительный характер, т.е. студент по учебной дисциплине «Введение в специальность» получает отметку «зачтено», если итоговая отметка промежуточного контроля 7 и выше баллов.



## **ХАРАКТЕРИСТИКА (ОПИСАНИЕ) ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ К ПРЕПОДАВАНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Методы обучения:**

- методы проблемного обучения (проблемное изложение, частично-поисковый и исследовательский методы);
- лично-ориентированные (развивающие) технологии, основанные на активных формах и методах обучения («мозговой штурм», дискуссия, пресс-конференция, учебные дебаты, круглый стол);
- информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие проблемно-исследовательский характер процесса обучения и активизацию самостоятельной работы студентов (сравнительный анализ, критический анализ, структурированные электронные презентации для лекционных занятий).

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ  
УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
История социальных коммуникаций	Социальных коммуникаций		

Заведующий кафедрой  
социальных коммуникаций,  
к.и.н., доцент

С.О. Шидловский