

# Белорусский государственный университет

## УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета философии  
и социальных наук

\_\_\_\_\_ А.В. Рубанов

30.06.2009 г.

(дата утверждения)

Регистрационный № УД-/р.

## ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

### Учебная программа для направления специальности

1-23 01 07-02 Информация и коммуникация (социальные технологии,  
научно-педагогическая деятельность)

Факультет философии и социальных наук

Кафедра социальной коммуникации

Курс (курсы) 1

Семестр (семестры) 1

Лекции 20

Экзамен —

Практические 8

Зачет 1

занятия

Лабораторные занятия

Курсовой проект (работа) —

КСР 6

Всего аудиторных часов по дисциплине 34

Всего часов по дисциплине

52

Форма получения высшего  
образования: *дневная*

Составил(а) О. В. Терещенко, канд. социол. наук, доцент

2010 г.

Учебная программа составлена на основе ТИПОВОЙ учебной программы «Введение в специальность» 09.12.2009 г. регистрационный № ТД- Е166/тип.  
(дата утверждения) (регистрационный номер)

Рассмотрена и рекомендована к утверждению в качестве рабочего варианта на заседании кафедры социальной коммуникации Белорусского государственного университета

\_\_\_\_\_  
(дата, номер протокола)

Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ О.В. Терещенко

Одобрена и рекомендована к утверждению Ученым Советом факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета

\_\_\_\_\_  
(дата, номер протокола)

Председатель  
\_\_\_\_\_ А.В.Рубанов  
(подпись) (И.О.Фамилия)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Курс «Введение в специальность» является основополагающим в системе профессиональной ориентации будущего специалиста по информации и коммуникации. Предметом данного курса выступает сфера, объекты, виды и задачи профессиональной деятельности специалиста по информации и коммуникации, основные направления и специфика его профессиональной подготовки. Курс направлен как на теоретическое осмысление специфики данной профессии, так и практическое знакомство с ее особенностями.

Главная **цель** курса – сформировать у студентов системное представление 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 информации и коммуникации.

### **Задачи курса:**

1. Определить предмет, задачи и виды профессиональной деятельности специалиста по информации и коммуникации, квалификации.
2. Сформировать первичный понятийно-категориальный аппарат будущей профессии.
3. Ознакомить студентов с системой подготовки специалистов данного профиля в учебных заведениях Республики Беларусь и за рубежом.
4. Ознакомить студентов с требованиями учебного плана, правилами внутреннего распорядка высшего учебного заведения, способами рационального планирования учебы, рейтинговой системой оценок.

Цели и задачи курса определяют его структуру и объем.

Курс включает в себя:

- лекционные занятия, в ходе которых студенты знакомятся с основами профессиональной деятельности и академическими требованиями;
- семинарские занятия, в ходе которых анализируется современная научная и учебная литература по темам программы;
- практические занятия, в ходе которых отрабатываются первичные навыки профессиональной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины студент **должен знать**:

- ключевые понятия;
- становление основных понятий по дисциплине и их дальнейшую трансформацию;
- причины многозначности определений того или иного понятия;
- отличия в определениях отдельных понятий;
- историю развития своей специальности, первые научные работы и учебные пособия;
- международный опыт подготовки специалистов.

В результате изучения данной дисциплины студент **должен уметь**:

- видеть, осознавать и понимать проблему;
- ставить цель деятельности;
- анализировать информацию;
- моделировать возможные пути решения проблем;
- определять средства достижения цели и давать оценку их эффективности;
- прогнозировать следствия результатов деятельности.

Образовательным стандартом на изучение дисциплины «Введение в специальность» в соответствии с типовым учебным планом отводится 52 часа, из них 34 – аудиторных. Примерное распределение аудиторного времени по видам занятий: 20 часов – на лекции, 14 – на семинары. Курс рассчитан на 1 семестр, рекомендуемая форма отчетности – зачет.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

№п/п	Наименование разделов, тем	Количество часов*				Самост. работа
		Аудиторные				
		Лекции	Практич., семинар.	Лаб. занят.	КСР	
<b>1</b>	<b>Предмет и задачи профессиональной деятельности специалиста по информации и коммуникации. Квалификационные требования</b>	<b>2</b>			<b>2</b>	
1.1	Представления первокурсников о профессии				2	
1.2	Специальность «Информация и коммуникация» на ФФСН БГУ	2				
<b>2</b>	<b>Основные термины и понятия наук о коммуникации</b>	<b>4</b>	<b>2</b>			<b>6</b>
2.1	Роль информации и коммуникации в человеческом обществе		2			2
2.2	Возникновение наук о коммуникации	2				2
2.3	Модели коммуникации	2				2
<b>3</b>	<b>Виды и сферы профессиональной деятельности специалиста по информации и коммуникации</b>	<b>8</b>	<b>4</b>		<b>4</b>	<b>8</b>
3.1	Виды коммуникации		2			2
3.2	Коммуникация в информационном обществе	2				
3.3	Коммуникация в управлении	2				
3.4	Коммуникация в экономике	2			2	2
3.5	Реклама как социальный феномен	2				
3.6	Массовая коммуникация как социальный феномен		2			2
3.7	Профессии в массовой коммуникации				2	2
<b>4</b>	<b>Академическая культура студента вуза и специалиста</b>	<b>4</b>	<b>2</b>			<b>2</b>
4.1.	Субъект-субъектные отношения в сфере образования:	2				
4.2	Информационные технологии в образовании:		2			2
4.3	Организация учебного труда студента	2				
<b>5</b>	<b>Национальная система высшего образования в контексте мировых тенденций</b>	<b>2</b>				<b>2</b>
5.1	Система высшего образования РБ в сфере информации и коммуникации:	2				2
	<b>ВСЕГО</b>	<b>20</b>	<b>8</b>		<b>6</b>	

\* Высшие учебные заведения имеют право перераспределять аудиторные часы между разделами и темами типовой учебной программы

### Учебно-методическая карта

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Количество аудиторных часов				Материальное обеспечение занятия (наглядные, методические пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические (семинарские) занятия	лабораторные занятия	управляемая самостоятельная работа студента			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>1</b>	<b>Предмет и задачи профессиональной деятельности специалиста по информации и коммуникации. Квалификационные требования (4 часа)</b>	<b>2</b>			<b>2</b>			
1.1	Представления первокурсников о профессии				2			эссе
1.2	Специальность «Информация и коммуникация» на ФФСН БГУ: 1. Традиции ФФСН БГУ 2. Функциональная характеристика специалиста 3. Требования к специалисту в рыночных условиях	2					6	
<b>2</b>	<b>Основные термины и понятия наук о коммуникации (6 часов)</b>	<b>4</b>	<b>2</b>					
2.1	Роль информации и коммуникации в человеческом обществе: Периодизация истории по Маклюэну		2				7	
2.2	Возникновение наук о коммуникации: 1. Социология массовой коммуникации 2. Кибернетика 3. Французский структурализм	2					5	
2.3	Модели коммуникации: 1. Линейные модели 2. Структурные модели 3. Интерактивные модели	2					5	

<b>3</b>	<b>Виды и сферы профессиональной деятельности специалиста по информации и коммуникации (16 часов)</b>	<b>8</b>	<b>4</b>		<b>4</b>			
3.1	Виды коммуникации: 1. Личностные коммуникации 2. Институализированная коммуникация 3. Массовая коммуникация 4. «Пирамида» МакКуэйла		2				7	
3.2	Коммуникация в информационном обществе: 1. Коммуникация в управлении 2. Коммуникация в экономике 3. Коммуникация в политике	2					4	
3.3	Коммуникация в управлении: 1. Функции коммуникации в управлении 2. Коммуникационные технологии в управлении	2					5, 7	
3.4	Коммуникация в экономике: 1. Внешние коммуникации организации 2. Внутренние коммуникации организации 3. Коммуникационные профессии в организационной коммуникации	2					5, 7	
3.5	Коммуникация к экономике: 1. Собеседование 2. Переговоры 3. Деловая и корпоративная этика				2		5, 7	Работа в группах
3.6	Реклама как социальный феномен и как профессия: 1. Виды рекламы 2. Реклама как искусство 3. Рекламное дело	2				Компьютерная презентация	1, 3	
3.7	Массовая коммуникация как социальный феномен: 1. Функции МК в обществе 2. Функции МК на персональном уровне		2				1, 3	
3.8	Профессии в массовой коммуникации: 1. Связи с общественностью 2. Новости				2		1, 3	Работа в группах

	3. Развлечения в СМК 4. Этические стандарты в МК							
<b>4</b>	<b>Академическая культура студента вуза и специалиста (6 часов)</b>	<b>4</b>	<b>2</b>					
4.1.	Субъект-субъектные отношения в сфере образования: 1. Образовательные цели 2. Образовательные стратегии 3. Коммуникативные методики в образовании	2						
4.2	Информационные технологии в образовании: 1. Информационный поиск в библиотеке 2. Поиск информации в Интернете 3. Ссылки на источники информации		2			Компьютерный класс	2	
4.3	Организация учебного труда студента: 1. Виды аудиторной работы студента 2. Виды внеаудиторной работы студента 3. Проблема авторских прав и плагиата	2					6	
<b>5.</b>	<b>Национальная система высшего образования в контексте мировых тенденций (2 часа)</b>	<b>2</b>						
5.1	Система высшего образования РБ в сфере информации и коммуникации: 1. Система высшего образования РБ 2. Ступени образования. Образовательные стандарты. 3. Образовательный стандарт специальности «Информация и коммуникация»	2				Образовательный стандарт специальности и «Информация и коммуникация»	6	

# ИНФОРМАЦИОННАЯ ЧАСТЬ

## ЛИТЕРАТУРА

### ОСНОВНАЯ:

1. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М., 2003.
2. Бикбаева С.А. Информационные Интернет-технологии в системе «публич рилейшнз». М., 2004.
3. Ворошилов В.В. Менеджмент средств массовой информации. СПб., 1999.
4. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. М., 1999.
5. Коммуникация: теория, методы исследования, технологии. Мн., 2004.
6. Образовательный стандарт Республики Беларусь: специальность «Информация и коммуникация». Мн., 2008
7. Программа ТЕМПУС: уч. материалы по спец-ти «Информация и коммуникация» в БГУ. Мн., 1997.
8. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М., 2000.

### ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ:

1. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR. М. 2001.
2. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. СПб., 2006.
3. Засурский, Я.Н. Этика, публич рилейшнз, лоббизм, СМИ и доверие общества // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. № 4., 2003.
4. Ольшанский Д.В. Политический консалтинг. М., 2005.
5. <http://www.i-ic.net> – Сайт специальности «Информация и коммуникация» факультета философии и социальных наук БГУ



**ПРОТОКОЛ  
СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПО ИЗУЧАЕМОЙ  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ  
СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)*

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ  
К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ  
ДИСЦИПЛИНЕ НА \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ УЧЕБНЫЙ ГОД**

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социальной коммуникации (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ (степень, звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (И.О.Фамилия)

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан факультета/Зав.общеуниверситетской кафедрой

\_\_\_\_\_ (степень, звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (И.О.Фамилия)