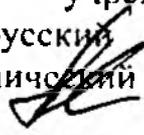


Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

  
В.Ю.Шутилип

24.10 2019 г.  
Регистрационный № УД /уч.  
4122-19

## ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность»

2019

**Составители:**

*В.С. Протасеня* – заведующий кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

*О.И. Карпеко* - доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

**Рецензенты:**

Кафедра экономики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники»

*В.С. Зеньков* - доцент кафедры маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат технических наук, доцент;

**Рекомендована к утверждению:**

Кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № *2* от *12.09.* 2019 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол №*1* от *18.10.* 2019 г.).

## Пояснительная записка

Учебная дисциплина «Введение в специальность» является факультативной дисциплиной для студентов, обучающихся на первой ступени подготовки кадров высшей квалификации по специальности 1 26 02 06 «Рекламная деятельность».

### *Цель преподавания учебной дисциплины*

Основная цель курса - адаптировать первокурсника к учебному процессу в учреждении образования, обеспечивающем получение высшего образования на первой и второй ступенях подготовки кадров высшей квалификации.

### *Задачи изучения учебной дисциплины*

Обеспечить формирование следующих групп компетенций:

*академических:*

- знать основы организации учебного процесса, самостоятельной и научно-исследовательской работы студентов;
- ориентироваться в структуре управления вузом;
- уметь работать самостоятельно;

*социально-личностных:*

- обладать качествами гражданственности;
- быть способным к социальному взаимодействию;

*профессиональных:*

- пользоваться информационными ресурсами университета;
- знать сферу, объекты, виды профессиональной деятельности;
- иметь представление о содержании будущей профессиональной деятельности;
- уяснить основные требования к специалистам данного профиля;

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- систему национального образования;
- основы учебного процесса;
- организационную структуру управления университетом;
- историю университета и его традиции;
- особенности трудовой деятельности преподавателей в высших учебных заведениях;
- права и обязанности студента;
- правила внутреннего распорядка университета;
- информационные ресурсы университета;

уметь:

- показать роль будущей профессии в экономике страны;
- рационально организовывать свой труд;
- отстаивать свои права;

владеть:

- формами и методами усвоения учебного материала;
- приемами работы с литературными источниками, библиотечным фондом и интернетом;
- чувством ответственности за принимаемые решения и действия.

Учебный план по специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность» предусматривает для изучения дисциплины 6 часов, из них 6 аудиторных, в том числе 6 лекционных.

## **СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

### **Тема 1. Национальная система высшего образования в Республике Беларусь**

Высшее образование в Республике Беларусь: цели и структура, учреждения, обеспечивающие получение высшего образования. Управление и контроль в сфере высшего образования. Понятие об участниках образовательного процесса. Основные направления перестройки системы высшего образования на современном этапе. Особенности обучения на первой и второй ступенях высшего образования. Параллельное обучение. Послевузовское образование. Бизнес-образование. Международная деятельность высших учебных заведений Республики Беларусь. Обучение за рубежом.

### **Тема 2. Экономический университет в системе высшего образования**

Белорусский государственный экономический университет (БГЭУ) как ведущий вуз страны по экономическому образованию. Учебно-методическое объединение высших учебных заведений Республики Беларусь по экономическому образованию. Основные этапы развития университета. Специальности, по которым ведется подготовка кадров в БГЭУ. Организационная структура университета: Совет учреждения высшего образования, научно-методический совет, ректорат, управления и отделы, деканаты, кафедры, лаборатории, кабинеты, общественные организации. Деканат: его функции и состав. Кафедра и ее роль в подготовке специалистов. Функции профилирующей кафедры. Преподавательский состав: должности, ученые степени и звания. Особенности рабочего дня преподавателя. Учебно-вспомогательный персонал. Академическая группа и ее роль в учебно-воспитательном процессе, студенческое самоуправление. Староста и его функции. Куратор академической группы. Спорт и художественная самодеятельность, их развитие в университете. Традиции учреждения высшего образования.

### **Тема 3. Образовательный стандарт, учебные планы и их содержание**

Содержание образовательного стандарта по специальности «Рекламная деятельность», квалификационные характеристики, требования к уровню подготовки и обеспечению качества образования. Содержание учебных планов по циклам «Социально-гуманитарных дисциплин», «Естественнонаучных дисциплин», «Общепрофессиональных и специальных дисциплин». Требования к профессиональным и социально-личностным компетенциям. Требования к уровню подготовки специалиста с высшим образованием. Учебные планы, их содержание и структура.

Расписание учебных занятий и требования к его составлению. Виды учебных занятий. Лекция как основа учебного процесса. Методические

рекомендации по конспектированию лекций. Особенности лабораторных, практических и семинарских занятий. Производственная практика и ее виды. Самостоятельная работа студентов. Учебно-методические комплексы и их роль в учебном процессе. Курсовые работы, методические основы их выполнения и защиты. Контроль знаний студентов, его формы и методы. Зачеты, их виды и порядок приема. Экзаменационные сессии, допуск к ним. Экзамены и порядок их проведения. Повторная сдача экзаменов и зачетов. Свободное посещение занятий и индивидуальные сроки сдачи зачетов и экзаменов. Академическая задолженность, порядок и сроки ее ликвидации. Академические отпуска и порядок их получения. Повторное обучение. Порядок перевода студентов на другие факультеты. Подготовка дипломных работ и порядок допуска их к защите. Государственные экзамены и защита дипломных работ. Выдача дипломов и их виды.

#### **Тема 4. Пользование информационными ресурсами университета**

Понятие и общая характеристика информационных ресурсов университета.

Информация, предоставляемая посредством локальной вычислительной сети (ЛВС) БГЭУ, глобальной сети Интернет, а также информация, хранящаяся на жестких дисках (винчестерах) компьютеров университета, в том числе информация, копируемая пользователями с индивидуальных носителей (дисков, дискет, флэш-памяти и т.д.) на жесткие диски компьютеров БГЭУ. Информационные стенды университета.

Правила пользования информационными ресурсами университета. Официальное представительство учреждения высшего образования в сети Интернет. Дистанционное изучение методических материалов, учебно-методических комплексов. Активные формы диалога "преподаватель-студент" с использованием современных информационных технологий. Электронная почта как средство удаленных консультаций. Возможности дистанционного обучения.

О запрещении использовать ресурсы Интернет (www, электронную почту, chat и другие), ресурсы ЛВС БГЭУ (системный chat, файловые сервера, сервера баз данных и другие), личные компьютеры студентов, подключенные к ЛВС общежитий, а также информационные стенды университета для размещения (распространения) материалов, содержание и направленность которых запрещены международным и белорусским законодательством, включая материалы, носящие вредоносный, угрожающий, клеветнический, непристойный характер, способствующие разжиганию национальной розни, содержащие политическую агитацию, подстрекательские (призывающие) к насилию, к совершению противоправной деятельности, а также оскорбляющие честь и достоинство других лиц. Запрещение устанавливать или вносить изменения в системное программное обеспечение, а также в установленные пакеты прикладных программ компьютеров БГЭУ без предварительного согласования с Центром развития информационных технологий университета.

## **Тема 5. Научно-исследовательская работа студентов**

Научно-исследовательская работа студентов (НИРС) как составная часть учебного процесса. Развитие управляемой самостоятельной работы студентов и ее роль в приобретении навыков научных исследований. Формы НИРС, используемые в учебном процессе.

Организация научно-исследовательской работы студентов в учреждении высшего образования: студенческое научное общество, студенческое исследовательское бюро, студенческая научно-исследовательская лаборатория. Студенческая научно-исследовательская лаборатория при кафедре промышленного маркетинга и коммуникаций «PR», направления ее работы, результативность и эффективность. Смотры-конкурсы студенческих научных работ, конференции, круглые столы и другие формы научно-исследовательской работы студентов в учреждении высшего образования.

Интеграция студенческой научно-исследовательской работы с научными исследованиями профессорско-преподавательского состава. Участие студентов в выполнении кафедральных тем, выполняемых за счет бюджетных средств и средств предприятий.

## **Тема 6. Сфера деятельности специалиста по рекламе**

Основной результат деятельности специалиста по рекламе: информирование потребителей и формирование потребительских предпочтений через создание рекламной продукции, оказание рекламных услуг и проведение рекламных кампаний, игр и других мероприятий, переводящих сущность, качество, особенности товаров и услуг, идей и явлений общественной жизни через систему художественных образов, символов, знаков на язык чувств и эмоций с учетом нужд, и запросов потребителей.

Объектами профессиональной деятельности специалиста являются отношения, возникающие при разработке и реализации стратегии деятельности организации (предприятия) на рынке, выполнении организационно-управленческой, расчетно-проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, исследовательской, научной и других видов деятельности в области рекламы.

Организации-работодатели: рекламные агентства, службы рекламы производственных, торговых и иных предприятий, а также средств массовой информации, рекламные ассоциации, службы контроля рекламы республиканских и местных органов управления.

Профессиональные умения и навыки специалиста по рекламе:

- проводить анализ состояния, перспективных направлений и проблем развития мирового и отечественного рынка рекламы;
- осуществлять связи с общественностью;
- проводить маркетинговые исследования для рекламных целей;
- разрабатывать рекламную политику и стратегию;
- планировать и организовывать рекламную деятельность;
- создавать и моделировать рекламный продукт;
- управлять технологическими процессами производства различных видов рекламной продукции;
- планировать и проводить рекламные кампании и мероприятия;
- прогнозировать и выявлять результативность и эффективность рекламной деятельности.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА**  
**учебной дисциплины «Введение в специальность», дневная форма**  
**получения высшего образования**  
**по специальности «Рекламная деятельность»**

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические Занятия	Семинарские Занятия	Лабораторные Занятия	УСРС			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	Национальная система высшего образования в Республике Беларусь	1							
2	Экономический университет в системе высшего образования	1							
3	Образовательный стандарт, учебные планы и их содержание	1							
4	Использование информационными ресурсами университета	1							
5	Научно-исследовательская работа студентов	1							
6	Сфера деятельности специалиста по рекламе	1							
	Итого	6							

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

1. Методы (технологии) обучения и средства диагностики знаний по учебной дисциплине «Введение в специальность»

1.1. Методы обучения:

- проблемной лекции;
- разбор конкретных хозяйственных ситуаций.

1.2. Средства диагностики занятий:

- тестирование;

3. Нормативные и законодательные акты

3.1. Гражданский кодекс Республики Беларусь: 7 декабря 1998 г. № 218-З, с изм. и доп. от 20 июля 2016 г. № 413-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 02.08.2016. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://pravo.by>.

3.2. Закон Республики Беларусь от 10 мая 2007г. № 225-З «О рекламе» (в ред. Законов Республики Беларусь от 17.07.2008 N 427-З, от 05.08.2008 N 428-З, от 09.11.2009 N 55-З, от 28.12.2009 N 95-З, от 03.01.2013 N 15-З, от 23.04.2014 N 132-З, от 10.07.2015 N 285-З) // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс / Нац. Центр правовой инфор. Респ. Беларусь. Минск, 2016.

3.3. Образовательный стандарт высшего образования. Высшее образование. Первая ступень. Специальность 1 26 02 06 Рекламная деятельность. Квалификация; специалист по рекламе. Министерство образования Республики Беларусь, Минск, 2016.

3.4. Устав БГЭУ

3.5. Правила внутреннего распорядка

4. Литература

4.1. Протасеня, В.С. Теория и история рекламы: учеб.-метод. пособие: в 2 ч. Ч.1. Теория рекламы / В.С. Протасеня. – Минск: БГЭУ, 2012. – 187 с.

Карпеко, О.И. Управление рекламной деятельностью: учебно-методический комплекс / О.И. Карпеко / БГЭУ [Электронный ресурс] - Минск, 2019. – Режим доступа: EDOC. BSEU.BY

4.2. Осовицкая, И. IIR-брендинг: Работа с поколением Y, новые инструменты для коммуникации, развития корпоративной культуры и еще 9 эффективных практик – СПб.: Питер, 2015. – 304 с.

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной 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) <sup>1</sup>

## ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО на 20 /20 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций (протокол № от \_ 2019 г.)

Заведующий кафедрой  
доцент, к.э.н.

В.С. Протасня

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
доцент, к.э.н.

А.А. Цыганков