

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ:

### Введение в специальность

курс 1, семестр 1.

(на 201\_ / 201\_ учебный год)

<u>Базовый модуль</u>					
№ занятия	Посещаемость /балл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов min/ max	Накопительная «стоимость»/ балл	Кол-во часов самостоятельной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
<b>Первый семестр</b>					
1		Функции специалиста по связям с общественностью и рекламе. Основные понятия и определения в сфере связей с общественностью и рекламы (лекция).			2
2		История связей с общественностью и рекламы (лекция). <b>Текущий контроль 1:</b> Письменное домашнее задание 1.	3/10	10	1 5
3		Сферы применения связей с общественностью			1
4		Имидж – центральное понятие связей с общественностью (семинар). <b>Текущий контроль 2:</b> Письменное домашнее задание 2.	3/10	20	2 5
5		Коммуникации в связях с общественностью <b>Текущий контроль 3:</b> Письменное домашнее задание 3.	2/10	30	2 5
6		Виды рекламы			2
7		Реклама и поведение потребителей (семинар).			1
8		Средства распространения рекламы			1
Изучение теоретического материала					5
Тестирование на кафедре			<b>5/10</b>	<b>40</b>	4
Контрольная работа			<b>15/30</b>	<b>70</b>	20
<b><u>Промежуточный контроль (ЗАЧЕТ)</u> может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей</b>			<b>22/30</b>	<b>100</b>	10

<b>Итоговая сумма баллов за I семестр</b>	<b>50/100</b>	<b>100</b>	<b>66</b>
---	---------------	------------	-----------

<i>Дополнительный модуль</i>		
<b>Сроки проведения</b>	<b>Виды деятельности</b>	<b>Количество баллов</b>
По расписанию преподавателя	Собеседование по теме: Функции специалиста по связям с общественностью Основные понятия и определения в сфере связей с общественностью и рекламы.	10
По расписанию преподавателя	Собеседование по темам: История связей с общественностью и рекламы. Имидж – центральное понятие связей с общественностью	10
По расписанию преподавателя	Защита контрольной работы	30
	Итого	50