

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Сочинский государственный университет»



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Основы интегрированных коммуникаций


Шифр и направление подготовки	<u>42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»</u>
Квалификация (степень) выпускника	<u>бакалавр</u>
Профиль подготовки бакалавра	<u>Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах</u>
Форма обучения	<u>заочная</u>
Выпускающая кафедра	<u>Общей психологии и социальных коммуникаций</u>
Кафедра-разработчик рабочей программы	<u>Общей психологии и социальных коммуникаций</u>

Курс	Трудоемкость (час./зет.)	Лекц. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	КРЗ	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
<b>ЗФО</b>								
2	324/9	12	8	-	291	-	++	Зачет (4), Экзамен (9)
<b>Итого</b>	<b>324/9</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>291</b>	<b>-</b>	<b>++</b>	<b>Зачет (4), экзамен(9)</b>

Сочи 2019 г.

Рабочая программа по дисциплине «Основы интегрированных коммуникаций» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3 ++ (приказ № 512 от 08.06.2017) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Рабочую программу составила:

  
Шуванова В.П., ст. преподаватель  
каф. Общей психологии и социальных коммуникаций

  
Круглова М.С., к.э.н., ст. преподаватель  
каф. Общей психологии и социальных коммуникаций

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

на заседании кафедры Общей психологии и социальных коммуникаций

Протокол № 1 от «20» августа 2019 г.

Заведующий кафедрой  И.Б. Шуванов

Руководитель ОПОП  И.Б. Шуванов

Рабочая программа одобрена на заседании Учебно-методического совета  
направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 1 от «20» августа 2019 г.

Председатель УМСН  Шуванов И.Б.

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям

Отдел качества образования и

методического обеспечения

 Васильченко В.В.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 201\_\_/-201\_\_ учебный год, протокол №\_\_ заседания кафедры от «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

---

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа переутверждена на 201\_\_/-201\_\_ учебный год, протокол №\_\_ заседания кафедры от «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

---

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа переутверждена на 201\_\_/-201\_\_ учебный год, протокол №\_\_ заседания кафедры от «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

---

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

## СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО 3++	5
3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.1 Тематический план дисциплины	7
4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	12
4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	12
5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	14
5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины	14
5.2 Организация самостоятельной работы студента (СРС) по дисциплине	15
5.3 Особенности преподавания дисциплины	16
5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины	17
Приложение АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	19

## 1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» является изучение аспектов сферы связей с общественностью, соединяющей существующие научные подходы в их трактовке с примерами из отечественной практики, а также получение студентами базовых представлений о методологии и технологии планирования и проведения PR-кампании.

Задачи освоения дисциплины:

1. Изучение комплекса PR-технологий, применяемых в российской и зарубежной практиках.
2. Развитие представлений об этапах организации PR-кампании; рассмотрение элементов каждого этапа, изучение его особенности и его место в общей стратегии PR-кампании.
3. научно-исследовательской компетенции студентов, заключающуюся во владении методами анализа целевой аудитории, ситуации, организации и т.п..
4. Развитие навыков в проектировании PR-кампаний.

## 2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций» относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)» обязательной части учебного плана.

Межпредметные связи дисциплины показаны в таблице 1.

Таблица 1

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>			
Аудитория	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	нет, т.к. дисциплина начинает освоение компетенции	Медиаарилейшнз и медиапланирование Профессионально-ознакомительная практика Преддипломная практика
Эффекты	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	нет, т.к. дисциплина начинает освоение компетенции	Медиаарилейшнз и медиапланирование Преддипломная практика

## 3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к результатам освоения дисциплины представлены в таблице 2.

Таблица 2

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>			
Аудитория	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Знать: способы анализа социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп - 3.ОПК-4.1; Уметь: выявлять отличительные особенности социологических данных, запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп - У.ОПК-4.1; Владеть: навыками определения отличительных особенностей социологических данных, запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп - Н.ОПК-4.1;
		ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: способы применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности- 3.ОПК-4.2; Уметь: учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов - У. ОПК-4.2; Владеть: навыками применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов - Н. ОПК-4.2;
Эффекты	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знать: основные цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности – 3.ОПК-7.1; Уметь: определять цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности – У. ОПК-7.1; Владеть: навыками выбора цеховых принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности – Н. ОПК-7.1;

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знать: основы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом - 3.ОПК-7.2; уметь: осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом - У.ОПК-7.2; владеть: навыками осуществления отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом - Н.ОПК-7.2 ;

## 4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Тематический план дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 часа

№ раздела, темы	Наименование темы дисциплины	ЗФО					
		Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы				
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС	Контроль
1	Профессиональная этика и культура в PR-технологиях Стандарты, сертификация и лицензирование	45	2	2	-	41	-
2	Связи с общественностью в системе управления организации.	45	2	1	-	42	-
3	Общественность и общественное мнение как главные объекты PR-	45	2	1	-	42	-

	деятельности						
4	Медиарилейшнз. Использование сетевых ресурсов в PR-практике	46	2	2	-	42	-
5	Связи с общественностью в кризисной ситуации.	45	2	1	-	42	-
6	Организация PR-кампаний: введение в проблему.	45	2	1	-	42	-
	Контрольная работа 1	20	-	-	-	20	-
	Контрольная работа 2	20	-	-	-	20	-
	Зачет	4	-	-	-	-	4
	Экзамен	9	-	-	-	-	9
<b>ИТОГО:</b>		<b>324</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>291</b>	<b>13</b>

#### 4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов	Краткое содержание	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Профессиональная этика и культура в PR-технологиях Стандарты, сертификация и лицензирование	2	Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью. Понятие профессиональной культуры. Профес. этика. Значение этики. Содержание этики. Этические модели практической деятельности. Минимальные стандарты качества деятельности в связях с общественностью. Российский кодекс профес. и этических принципов в области связей с общественностью. Кодекс профессиональной сертификации в области связей с общественностью.	3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 3. ОПК.4.2 У ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2;	1-2, 3-7
2	Связи с общественностью в системе управления организации.	2	Корпоративная культура и фирменный стиль: взаимоотношение понятий. Корпоративный имидж организации. Функциональные обязанности отдела паблик рилейшнз. Структура и схема построения специализированной PR-фирмы. Составные части профессиональной деятельности: информирование общественности, формирование общественного мнения, управление кризисными ситуациями.	3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 3. ОПК.4.2 У ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2;	1-2, 3-7
3	Общественность и общественное мнение как главные объекты PR-деятельности	2	Социологические исследования в сфере связей с общественностью Маркетинговые исследования в сфере связей с общественностью Методы анализа массовой коммуникации	3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 3. ОПК.4.2 У ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2;	1-2, 3-7

4	Медиарилейшнз. Использование сетевых ресурсов в PR-практике	2	СМИ и связи с общественностью. PR и радио. PR и телевидение. Медиапланирование Технологии связей с общественностью в политике, экономике и социальной сфере Экологический PR. Модульные технологии в реализации PR-проектов	3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 3. ОПК.4.2 У ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2;	1-2, 3-7
5	Связи с общественностью в кризисной ситуации.	2	Особенности кризисных коммуникаций. Сложности кризисных коммуникаций. Некоторые особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях. Кризисное поведение. Механизмы воздействия: семиотические, коммуникативные и когнитивные. Комплексные циклы действий в конфликтной ситуации. Локальные приемы и механизмы управления конфликтами. Управление репутацией компании	3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 3. ОПК.4.2 У ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2;	1-2, 4,6,7
6	Организация PR-кампаний: введение в проблему.	2	PR-кампания: понятия, характеристики, типы. Характеристика основных этапов подготовки и проведения PR-кампании PR-кампании. Реализация кампаний в сфере связей с общественностью. Тендер: конкурс планов проведения Тендер: организация, виды, документация	3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 3. ОПК.4.2 У ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2;	1-2, 4,6,7
<b>Итого</b>		<b>12</b>			

#### 4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов	Краткое содержание	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Профессиональная этика и культура в PR-технологиях Стандарты, сертификация и лицензирование	2	Обсуждаемые вопросы: Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью. Содержание профессиональной культуры специалиста по связям с общественностью. Профес. этика. Значение этики. Содержание этики. Этические модели практической деятельности. - Декларации, кодексы, хартии. - Соотношение правовых и этических норм регулирования связей с общественностью. Анализ и сравнение содержания и основных положений деклараций, хартий, кодексов.	3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 Н.ОПК.4.1 3. ОПК 4.2 У ОПК.4.2 Н.ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 Н.ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2; Н.ОПК.7.2	1-2, 3-7

2	Связи с общественностью в системе управления организацией.	1	<p>Заслушивание сообщений.</p> <p>Обсуждаемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Внутренний PR: понятие, задачи, методы и средства реализации.</li> <li>- Корпоративная культура и фирменный стиль.</li> <li>- Виды и стили корпоративного общения.</li> <li>- Роль связей с общественностью в формировании корпоративной культуры</li> <li>- Паблицити и имидж: содержание понятий.</li> <li>- Структура и функции корпоративного имиджа</li> <li>- Конструирование корпоративного имиджа</li> <li>- Роль связей с общественностью в создании корпоративного пространства).</li> </ul> <p>Устный опрос.</p>	<p>3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 Н.ОПК.4.1 3. ОПК 4.2 У ОПК.4.2 Н.ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 Н.ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2; Н.ОПК.7.2</p>	1-2, 3-7
3	Общественность и общественное мнение как главные объекты PR-деятельности	1	<p>Заслушивание сообщений.</p> <p>Обсуждаемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Основные организационные PR-структуры.</li> <li>- Функции PR-структур.</li> <li>- PR-службы в работе с персоналом.</li> <li>- История и тенденции эволюции отечественных PR-агентств.</li> <li>- Функции и направления деятельности типового PR-агентства.</li> <li>- Структура и схема построения PR-агентств</li> <li>- Специфика работы PR-агентств в регионах.</li> </ul>	<p>3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 Н.ОПК.4.1 3. ОПК 4.2 У ОПК.4.2 Н.ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 Н.ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2; Н.ОПК.7.2</p>	1-2, 3-7
4	Медиарилейшнз. Использование сетевых ресурсов в PR-практике	2	<p>Заслушивание сообщений.</p> <p>Обсуждаемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Понятие медиарилейшнз.</li> <li>- Основные типы сотрудничества со СМИ.</li> <li>- Налаживание контактов со СМИ. Правила общения с прессой.</li> <li>- Анализ и планирование медиарилейшнз.</li> <li>- Мониторинг и оценка медиарилейшнз.</li> <li>- Веб-сайт и электронная почта как инструмент Public Relations</li> <li>- Социальные сети как новый информационный канал в Public Relations.</li> </ul>	<p>3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 Н.ОПК.4.1 3. ОПК 4.2 У ОПК.4.2 Н.ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 Н.ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2; Н.ОПК.7.2</p>	1-2, 3-7
5	Связи с общественностью в кризисной ситуации.	1	<p>Заслушивание сообщений.</p> <p>Обсуждаемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Сигналы, свидетельствующие о наступлении кризиса.</li> <li>- Комплексные циклы действий в конфликтной ситуации.</li> <li>- локальные приемы и механизмы управления конфликтами.</li> <li>- Ошибки, совершаемые организацией в кризисной ситуации.</li> <li>- Особенности процесса коммуникации в кризисной ситуации.</li> </ul> <p>2) Анализ и обсуждение плана подготовки организации к кризисной ситуации.</p> <p>3) Анализ и обсуждение удачных и неудачных разрешений кризисных ситуаций в отечественной и мировой практике свя-</p>	<p>3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 Н.ОПК.4.1 3. ОПК 4.2 У ОПК.4.2 Н.ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 Н.ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2; Н.ОПК.7.2</p>	1-2, 4,6,7

			зей с общественностью.		
6	Организация PR-кампаний: введение в проблему.	1	. Заслушивание сообщений. Обсуждаемые вопросы: - Место плановых и внеплановых PR-кампаний в PR-деятельность организации. - Стратегия R-кампании. Анализ и обсуждение схемы, иллюстрирующей PR-деятельность организации. Защита презентации проекта по подготовке и проведению PR-кампании. Анализ и обсуждение основных приёмов публичного выступления. Анализ и обсуждение поведения во время выступления.	3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 Н.ОПК.4.1 3. ОПК 4.2 У ОПК.4.2 Н.ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 Н.ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2; Н.ОПК.7.2	1-2, 4,6,7
<b>Итого</b>		<b>8</b>			

#### 4.1.3 Лабораторные занятия не предусмотрены УП

#### 4.1.4 Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объём, часов	Вид СРС	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Профессиональная этика и культура в PR-технологиях Стандарты, сертификация и лицензирование	41	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, подготовка к промежуточной аттестации	3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 Н.ОПК.4.1 3. ОПК 4.2 У ОПК.4.2 Н.ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 Н.ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2; Н.ОПК.7.2	1-2, 3-7
2	Связи с общественностью в системе управления организации.	42	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, подготовка к промежуточной аттестации	3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 Н.ОПК.4.1 3. ОПК 4.2 У ОПК.4.2 Н.ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 Н.ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2; Н.ОПК.7.2	1-2, 3-7
3	Общественность и общественное мнение как главные объекты PR-деятельности	42	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, подготовка к промежуточной аттестации	3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 Н.ОПК.4.1 3. ОПК 4.2 У ОПК.4.2 Н.ОПК.4.2 3. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 Н.ОПК.7.1 3. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2; Н.ОПК.7.2	1-2, 3-7
4	Медиарилейшнз. Использование сетевых ресурсов в PR-практике	42	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу,	3.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 Н.ОПК.4.1 3. ОПК 4.2 У ОПК.4.2	1-2, 3-7

			подготовка к практическому занятию, подготовка к промежуточной аттестации	Н.ОПК.4.2 З. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 Н.ОПК.7.1 З. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2; Н.ОПК.7.2	
5	Связи с общественностью в кризисной ситуации.	42	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, подготовка к промежуточной аттестации	З.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 Н.ОПК.4.1 З. ОПК.4.2 У.ОПК.4.2 Н.ОПК.4.2 З. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 Н.ОПК.7.1 З. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2; Н.ОПК.7.2	1-2, 4,6,7
6	Организация PR-кампаний: введение в проблему.	42	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, подготовка к промежуточной аттестации	З.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 Н.ОПК.4.1 З. ОПК.4.2 У.ОПК.4.2 Н.ОПК.4.2 З. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 Н.ОПК.7.1 З. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2; Н.ОПК.7.2	1-2, 4,6,7
	Контрольная работа 1	20	Написание контрольной работы	З.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 Н.ОПК.4.1 З. ОПК.4.2 У.ОПК.4.2 Н.ОПК.4.2 З. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 Н.ОПК.7.1 З. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2; Н.ОПК.7.2	1-2, 3-7
	Контрольная работа 2	20	Написание контрольной работы	З.ОПК.4.1 У.ОПК.4.1 Н.ОПК.4.1 З. ОПК.4.2 У.ОПК.4.2 Н.ОПК.4.2 З. ОПК.7.1 У. ОПК.7.1 Н.ОПК.7.1 З. ОПК.7.2; У. ОПК.7.2; Н.ОПК.7.2	1-2, 3-7
<b>Итого:</b>		<b>291</b>			

#### 4.1.5 Интерактивные формы занятий

Занятия в интерактивной форме не предусмотрены учебным планом

#### 4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

##### 4.2.1 Литература

1. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Шарков Ф. И. - М.: Дашков и К, 2018. - 324 с. – ISBN 978-5-394-

00792-7. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/342869>, по паролю. – Загл. с экрана.

2. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/414955>, по паролю. – Загл. с экрана

3. Музыкант В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / В. Л. Музыкант. – Москва : ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2013. - 216 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-369-01121-8. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/350959>, по паролю. – Загл. с экрана

4. Архангельская И. Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации / Архангельская И. Б., Мезина Л. Г., Архангельская А. С. – Москва : ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 171 с.– (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт). – ISBN 978-5-369-01485-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/517067>, по паролю. – Загл. с экрана

5. Кузьмина О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учебное пособие / О. Г. Кузьмина, О. Ю. Посухова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/953324>, по паролю. – Загл. с экрана

6. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Шарков Ф. И., Бузин В. Н. – Москва : Дашков и К, 2017. - 488 с.– (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-01185-6. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/329134>, по паролю. – Загл. с экрана.

#### **4.2.2 Учебно–методические материалы и пособия, нормативные документы**

#### **4.2.3 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники**

Студентам обеспечивается доступ к базам данных и библиотечным фондам университета. СГУ обеспечивает оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, а также доступ обучающихся к информационным справочным и поисковым системам.

В частности, обеспечивается доступ к следующим электронно-библиотечным системам и базам данных:

Электронная библиотека Сочинского государственного университета [Электронный ресурс]: база данных. – Электрон. дан. – Сочи, [2017– ]. – Режим доступа: <http://lib.sutr.ru/>, свободный. – Загл. с экрана.

Электронные библиотечные системы:

IPRbooks [Электронный ресурс] : электронно–библиотечная система / ЭБС IPRbooks ; ООО «Ай Пи Эр Медиа», электронное периодическое издание «[www.iprbookshop.ru](http://www.iprbookshop.ru)». – Электрон. дан. – Саратов, [2010–]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/> , по паролю. – Загл. с экрана.

Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно–библиотечная система / ЭБС Znanium.com, ООО 13. «Научно–издательский центр Инфра–М». – Электрон. дан. – Москва, [2011–]. – Режим доступа: <http://znanium.com/> , по паролю. – Загл. с экрана.

Образовательные и научные ресурсы со свободным доступом.

КиберЛенинка [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека открытого доступа / ООО «Итеос». – Электрон. дан. – Москва, [2014–]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/> , свободный. – Загл. с экрана.

eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека / Компания «Научная электронная библиотека» (eLIBRARY.RU). – Электрон. текстовые дан. – Москва, [2000–]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/> , требуется регистрация. – Загл. с экрана.

Znaniium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система / ЭБС Znaniium.com, ООО 13. «Научно-издательский центр Инфра-М». – Электрон. дан. – Москва, [2011–]. – Режим доступа: <http://znaniium.com/>, по паролю. – Загл. с экрана. Образовательные и научные ресурсы со свободным доступом.

КиберЛенинка [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека открытого доступа / ООО «Итеос». – Электрон. дан. – Москва, [2014–]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>, свободный. – Загл. с экрана.

eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека / Компания «Научная электронная библиотека» (eLIBRARY.RU). – Электрон. текстовые дан. – Москва, [2000–]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/>, требуется регистрация. – Загл. с экрана.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду СГУ

Зав.библиотекой



Е.С.Мысина

#### 4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Текущая аттестация по дисциплине осуществляется в форме проведения устного опроса; контрольной работы 1, контрольной работы 2. Форма промежуточной аттестации – зачет, экзамен.

Содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в комплекте оценочных средств (контролирующих материалов), предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- вопросы к устному опросу;
- темы контрольной работы 1;
- темы контрольной работы 2;
- вопросы к зачету;
- вопросы к экзамену;
- комплект экзаменационных билетов.

#### ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ (1 семестр) по дисциплине «Основы интегрированных коммуникаций»

1. Понятие коммуникации и базовые аспекты теории коммуникации.
2. Концепция информационного общества. Виды общественной информации.
3. Коммуникации в сфере связей с общественностью.
4. Вербальные и невербальные коммуникации. Тексты и публичные выступления.
5. Основные модели массовой коммуникации. Каналы, барьеры, обратная связь.
6. Средства массовой коммуникации (СМК) и средства массовой информации (СМИ).
7. Опосредованная коммуникация. Развитие технических средств.
8. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.
9. Синергетический эффект в сфере маркетинга.
10. Печатные СМИ как канал распространения информации.
11. Особенности рекламной коммуникации. Виды рекламы.
12. Понятие рекламной кампании, канала и носителя рекламы.
13. Социологические исследования в сфере связей с общественностью.
14. Маркетинговые исследования в сфере связей с общественностью.
15. Методы анализа массовой коммуникации.

14

1. Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ.

#### ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ (2 семестр)

##### по дисциплине «Основы интегрированных коммуникаций»

1. Радио как канал распространения информации.

2. Телевидение как канал распространения информации.
3. Медиапланирование.
4. Интернет как канал распространения информации.
5. Назначение современных пресс-служб. Функции пресс-секретаря.
6. Информационный повод как основа PR-коммуникации.
7. Составление пресс-релиза и других PR-материалов для СМИ.
8. Пресс-конференция, брифинг и другие мероприятия для журналистов.
9. Проведение специальных событий, публичных мероприятий.
10. Этапы подготовки презентации.
11. Технология подготовки речей (спичрайтинг).
12. Становление понятия интегрированных коммуникаций (ИК).
13. Управление корпоративным имиджем.
14. Преимущества использования интегрированного подхода в PR.
15. Основы планирования и организации ИК.
16. Бренд как составляющая интеграции коммуникаций.
17. Фирменный стиль как интегрированный образ.
18. Создание слогана и логотипа организации.
19. Роль корпоративной культуры в развитии ИК.
20. Согласованные сообщения как основа антикризисного PR.
21. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории.
22. Оценка и контроль коммуникационной программы.
23. Управление репутацией организации.
24. Понятие информационной войны и защита интересов.
25. Понятие коммуникационного менеджмента.
26. Стили коммуникаций как характеристика менеджера.
27. Управление информационными ресурсами.
28. Различия коммерческой и некоммерческой PR-деятельности.
29. Профессиональная этика и культура PR-коммуникаций.
30. Новые медиа, социальные сети, digital-технологии в PR.
31. Оценка эффективности интегрированных коммуникаций.

## **5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1 Методические рекомендации студентам по изучению дисциплины**

Практические занятия и самостоятельные работы студентов осуществляются в соответствии с графиком проведения занятий и самостоятельной работы студентов.

Конкретные задания по изучению учебного материала по прочитанным лекциям в порядке подготовки к практическим занятиям студенты должны получать от преподавателей, которые ведут эти формы занятий. Характер и количество задач, решаемых на практических занятиях, определяются преподавателем, ведущим занятия. Желательно, чтобы студент кратко законспектировал основные положения, самостоятельно приобрел навыки в решении задач.

Самостоятельная работа студентов включает изучение рекомендованной литературы при подготовке к практическим занятиям, выполнение домашних заданий. В процессе изучения дисциплины выполняются домашние задания по закреплению знаний, полученных на практических занятиях. Их целью является приобретение студентами навыков принятия стратегических решений на примере конкретных ситуаций. В качестве контрольно-развивающих форм используется устный опрос.

Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки решения ими учебных заданий и практических задач, выполнения домашних заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

**Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям.** Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

#### **Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников**

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. При подготовке задания используйте рекомендуемые по данной теме учебники, техническую литературу, материалы электронно-библиотечных систем или другие Интернет-ресурсы. Внимательно прочитайте материал, по которому требуется составить конспект. Постарайтесь разобраться с непонятным материалом, в частности новыми терминами и понятиями. Кратко перескажите содержание изученного материала. Составьте план конспекта, акцентируя внимание на наиболее важные моменты текста. В соответствии с планом выпишите по каждому пункту несколько основных предложений, характеризующих ведущую мысль описываемого пункта плана. Показатели оценки результатов: краткое изложение (при конспектировании) основных теоретических положений темы; логичность изложения ответа; уровень понимания изученного материала.

#### **Методические рекомендации студентам по подготовке к выполнению домашнего задания**

Домашнее задание является средством проверки и оценки знаний студентов по освоенному материалу, а также умений применять полученные знания для решения поставленных задач. Домашнее задание является текущим средством оценки знаний, умений, навыков студента. Данный вид оценочного средства проводится письменно, путем ответов студентами на поставленные вопросы и задачи. В случае неудовлетворительной сдачи задания студенту разрешается переписать до промежуточной аттестации.

Во время выполнения задания оценивается способность студента найти правильный ответ на поставленный вопрос, применять знания, умения, навыки, полученные в ходе лекций, лабораторных занятий. Показатели оценки результатов: качество уровня освоения учебного материала; умение использовать теоретические знания при выполнении практических задач или ответе на практико-ориентированные вопросы; обоснованность и четкость изложения ответа.

### **5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине**

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и выполнения домашнего задания.
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненного домашнего задания.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются:

- наличие помещений для СРС;
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие учебно-методических материалов со списком рекомендуемой литературы, рекомендаций по решению типовых задач, образцов отчетов о выполнении СРС;
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы (методические указания по выполнению СРС).

Самостоятельная по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на практические занятия; подготовка к практическим занятиям;

Основная задача самостоятельной работы — углубленное изучение разделов курса, нормативно-правовых документов. Основу самостоятельной работы студента составляет выполнение заданий по завершению изучения каждой темы курса. Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает несколько этапов, что позволит лучше усвоить пройденный материал.

Работу целесообразно начинать с изучения конспекта лекций и материала учебника, затем следует приступать к выполнению заданий. Формой отчётности являются устный опрос, домашнее задание.

Дисциплина должна быть обеспечена учебно-методической литературой в объеме, достаточном для проведения всех предусмотренных видов учебных занятий.

Каждый обучающийся по дисциплине должен быть обеспечен учебно-методической литературой.

### **5.3 Особенности преподавания дисциплины**

Особенностей преподавания дисциплины нет.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

1. Информационные технологии: использование электронных образовательных ресурсов (электронный конспект) при подготовке к лекциям и практическим занятиям;
2. Привлечение нормативных правовых источников, материалов исследований, статистики и периодической научной печати;
3. Интерактивные технологии: актуальный анализ практики, разбор конкретных ситуаций;
4. Работа в команде: совместная работа студентов в малых группах при выполнении практических заданий по темам.

Методами изучения дисциплины являются: чтение лекций с разбором проблемных ситуаций, организация дискуссий при разборе конкретных ситуаций, самостоятельное изучение вопросов по темам дисциплины. Способами изучения дисциплины являются: участие студентов в решении проблем при прослушивании лекций, подготовка по вопросам при подготовке к лекциям и практическим занятиям, участие в дискуссии при обсуждении ситуаций.

### **5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Лекционные и практические занятия:

комплект электронных презентаций/слайдов, сопровождающих лекцию и практическое занятие; аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук, звукоусиливающая аппаратура и т.д.); таблицы, графическая информация и т.д.

Рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

При реализации дисциплины использовано следующее лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 Home Basic. Трёхсторонний договор по проекту Темпус №530529-TEMPUS-1-2012-1-ES-TEMPUS-JPCR. Накладная №32 от 07.10.2013 г. Бессрочная лицензия.
- Kaspersky Endpoint Security – Лицензионный договор №ВК (ИКЗ 181232005119923200100100070010000000) № 101/18д от 02.03.2018 г. Срок действия обновлений – по 30.03.2019, Лицензионный договор №04-S00310L (92/19д) от 01.03.2019 г. Срок действия обновлений – по 28.03.2020 г.
- LibreOffice – Бесплатное ПО, свободно распространяемое.
- Yandex Browser – Бесплатное ПО, свободно распространяемое.
- VLC (видеопроигрыватель) - Бесплатное ПО, свободно распространяемое.
- Microsoft Powerpoint Viewer – Бесплатное ПО, свободно распространяемое.

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Бакалавриат**

**Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах»**

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы дисциплины**

**Основы интегрированных коммуникаций**

Дисциплина обязательной части

заочная форма обучения

Составители аннотации – Шуванова В.П., ст.преп. каф. ОПиСК \_\_\_\_\_

Круглова М.С., к.э.н., ст.преп. каф. ОПиСК \_\_\_\_\_

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ/ час.)	9/324
Цель изучения дисциплины	изучение аспектов сферы связей с общественностью, соединяющей существующие научные подходы в их трактовке с примерами из отечественной практики, а также получение студентами базовых представлений о методологии и технологии планирования и проведения PR-кампании
Содержание дисциплины	Профессиональная культура в PR-технологиях. Стандарты, сертификация и лицензирование. Основные организационные структуры в связях с общественностью. Связи с общественностью в системе управления организации. Общественность и общественное мнение как главные объекты PR-деятельности. Социологические и маркетинговые исследования в сфере связей с общественностью. Политические, и модульные технологии в реализации PR-проектов. Связи с общественностью в кризисной ситуации. Кризис как чрезвычайное происшествие. Особенности кризисных коммуникаций. Управление репутацией компании. Тендер: конкурс планов проведения PR-кампании. Реализация кампаний в сфере связей с общественностью. Тендер: организация, виды, документация.
Формируемые компетенции	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	нет, т.к. дисциплина начинает освоение компетенции
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий; выполнение контрольной работы 1, контрольной работы 2
Формы текущего контроля успеваемости	Устный опрос, контрольная работа 1, контрольная работа 2
Форма промежуточной аттестации	Зачет, экзамен

Зав. кафедрой ОПиСК \_\_\_\_\_

И.Б. Шуванов