

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТА ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждена:  
на заседании кафедры  
протокол №10 от 16 июня 2020 г.  
Зав. кафедрой



Шайхисламов Р.Б.

Согласовано:  
Председатель УМК факультета



Хабибуллина З.Н.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.07 ПРОЕКТИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**  
*Вариативная часть*

программа магистратуры

Направление подготовки (специальность)  
39.04.01 Социология

Направленность (профиль) подготовки  
Социология коммуникаций

Очная, заочная формы обучения

Квалификация магистр

Разработчик  
Шайхисламов Рафаэль Бадретдинович  
зав.кафедрой социологии и работы с молодежью,  
доктор социологических наук, профессор



Р.Б. Шайхисламов

Для приема 2019 года

Уфа 2020

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол № 10 от 16.06.2019 г.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры социологии и работы с молодежью, протокол №10 от 16 июня 2020 г.

Заведующий кафедрой



Р.Б. Шайхисламов

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О./

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
4. Фонд оценочных средств по дисциплине
  - 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
  - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
  - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
  - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**  
(с ориентацией на карты компетенций)

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

ПК-5 способностью составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами

ПК-7 способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	О нормативных документах составления научно-исследовательских и аналитических разработок	ПК-5 способностью составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	
	О структуре и содержании проектов научно-исследовательских и аналитических разработок	ПК-5 способностью составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	
	О планировании и проектировании проведения опросов общественного мнения	ПК-7 способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	
	Об основах организации маркетинговых служб в области интегрированных коммуникаций	ПК-7 способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	
	Об основах проведения социальной экспертизы связей с общественностью, рекламы, брендинга, связанных с политическими, экономическими или иными решениями	ПК-7 способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	
Умения	Составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	ПК-5 способностью составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	
	Планировать и осуществлять проектные работы в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинго-	ПК-7 способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинго-	

	вых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	вых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	
Владения (навыки / опыт деятельности)	Навыки составления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	ПК-5 способностью составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	
	Навыки планирования и осуществления проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	ПК-7 способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	

## 2.

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «*Проектирование интегрированных коммуникаций*» относится к *вариативной* части.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин:

- Б1.Б.05            Управленческие решения
- Б1.В.03           Социальное прогнозирование и моделирование в социологических исследованиях
- Б1.В.06           Технологии управленческого консультирования
- Б1.В.02           Анализ социологических данных
- Б1.В.05           Управление социальными проектами
- Б1.В.07           Интегрированные коммуникации
- Б2.В.02(Н)       Научно-исследовательская работа
- Б1.В.ДВ.01.01   Общественное мнение
- Б1.В.ДВ.01.02   Система средств массовой коммуникации
- Б1.В.ДВ.05.01   Интегрированные маркетинговые коммуникации
- Б1.В.ДВ.05.02   Интегрированные политические коммуникации
- Б2.В.02(Н)       Научно-исследовательская работа
- Б2.В.03(П)       Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Последовательность освоения компетенций: (Общественное мнение)/(Система средств массовой коммуникации) - (Проектирование политических коммуникаций)/(Проектирование маркетинговых коммуникаций) - Управленческие решения - Социальное прогнозирование и моделирование в социологических исследованиях - Анализ социологических данных - Управление социальными проектами – **Интегрированные коммуникации** – Научно-исследовательская практика - Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

### 4. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

## 5. Фонд оценочных средств по дисциплине

### 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции **ПК-5 способностью составлять и представлять проекты научно- исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами**

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: О нормативных документах составления научно-исследовательских и аналитических разработок; о структуре и содержании проектов научно-исследовательских и аналитических разработок	Отрывочные, фрагментарные представления, отсутствие знаний по существу о нормативных документах составления научно-исследовательских и аналитических разработок; о структуре и содержании проектов научно-исследовательских и аналитических разработок	В целом знания по существу, но не обладающие полнотой, о нормативных документах составления научно-исследовательских и аналитических разработок; о структуре и содержании проектов научно-исследовательских и аналитических разработок	Полные знания о нормативных документах составления научно-исследовательских и аналитических разработок; о структуре и содержании проектов научно-исследовательских и аналитических разработок	Полные знания, творческий подход, дополнительные знания сверх программы о нормативных документах составления научно-исследовательских и аналитических разработок; о структуре и содержании проектов научно-исследовательских и аналитических разработок
Второй этап (уровень)	Уметь: Составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	не умеет составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными до-	частично, в достаточной мере для дальнейшего усвоения программы, умеет составлять и представлять проекты научно-	полностью умеет составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разрабо-	в совершенстве умеет составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами

		кументами	исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	ток в соответствии с нормативными документами	
Третий этап (уровень)	Владеть навыками: составления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	не владеет навыками: составления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	частично владеет навыками: составления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	полностью владеет навыками: составления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	в совершенстве владеет навыками: составления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами

Код и формулировка компетенции **ПК-7 способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений**

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: о планировании и проектировании проведения опросов общественного мнения; об основах организации маркетинговых в области общественного мнения; об основах проведения социальной экспертизы данных общественного мнения, связанных с политическими, экономическими	1.отрывочные, фрагментарные представления по отдельным темам; не знает по существу содержание тем	Неполные знания при наличии основных представлений	Полные знания по дисциплине, но обладающие самостоятельностью анализа	Полные знания, самостоятельный анализ проблематики дисциплины, творческий подход

	или иными решениями; о сущности и видах социальных проблем; о методах разработки управленческих решений и консалтингу в области согласования интересов разных социальных групп и общностей; об основах разработки рекомендаций и предложений по итогам исследования				
Второй этап (уровень)	Уметь: Планировать и осуществлять проектные работы в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых и других служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений; Осуществлять диагностику социальных проблем; осуществлять сравнительный анализ интересов социальных групп и слоев; учитывать последствия рекомендаций и предложений с позиции решения социальных проблем и интеграции социальных интересов	Не умеет планировать и осуществлять проектные работы; диагностику социальных проблем, осуществлять социальный анализ	Частично умеет планировать и осуществлять проектные работы; диагностику социальных проблем, осуществлять социальный анализ	полностью умеет планировать и осуществлять проектные работы; диагностику социальных проблем, осуществлять социальный анализ в стандартных ситуациях	полностью умеет осуществлять ситуационный анализ и применять методы ситуационного анализа, составлять проекты НИР, планировать проектные работы в нестандартных ситуациях
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками планирования и осуществления проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений; разработки рекомендаций и предложений по результатам исследований с учетом социальных интересов и социальных проблем; находить оптимальные для социальных интересов варианты управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях; оценивать социально-экономические и социально-психологические последствия решений с позиций интересов социальных групп и слоев	Не владеет никакими навыками анализа стандартных ситуаций в социальных коммуникациях в политике; составления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических работ в соответствии с нормативными документами; планирования и	Частично владеет навыками анализа стандартных ситуаций в социальных коммуникациях в политике; составления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических работ в соответствии с нормативными документами;	Полностью навыками анализа стандартных ситуаций в социальных коммуникациях в политике; составления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических работ в соответствии с нормативными документами; планирования и осуществления проектных работ	навыками анализа нестандартных ситуаций в социальных коммуникациях в политике, политике, государственном и муниципальном управлении, в духовной жизни, используя различные методы анализа ситуации, при соблюдении научной, управленческой и общечеловеческой



		осуществления проектных работ	планирования и осуществления проектных работ		этики; составления и представления проектов
--	--	-------------------------------	--	--	---

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	О способах и методах социологического изучения аудитории и общественности, общественного мнения различных социальных макро-, мезо- и микрогрупп	ПК-5 способность составлять и представлять проекты научно- исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами ПК-7 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	<i>Индивидуальный, групповой опрос Электронные конспекты</i>
2-й этап Умения	составлять и представлять проекты научно- исследовательских и аналитических разработок в области социальных коммуникаций, общественного мнения в соответствии с нормативными документами	ПК-5 способность составлять и представлять проекты научно- исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	<i>собеседование научный доклад по теме НИРС ситуационные задачи</i>
	планировать и осуществлять проектные работы в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	ПК-7 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	<i>собеседование научный доклад по теме НИРС ситуационные задачи</i>
3-й этап			

Владеть навыками	1. составления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических разработок в области социальных коммуникаций, общественного мнения в соответствии с нормативными документами	ПК-5 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	<i>собеседование ситуационные задачи</i>
	2. планирования и осуществления проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	ПК-7 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	<i>собеседование научный доклад по теме НИРС ситуационные задачи</i>

### Описание оценочных средств:

Индивидуальный опрос осуществляется по вопросам, предусмотренным семинарскими занятиями.

Групповой опрос во время лекции с целью проверки остаточных знаний, анализа проблемной ситуации, осуществления межпредметной связи.

Электронные конспекты представляют выполненные в формате Word результаты изучения учебников, монографий, статей, размещенных в ЭБС БашГУ (выделенные цитаты, примечания, выноски, выделения цветом, подчеркивания и прочее на усмотрение студента). Студенты могут выделять разными цветами абзацы или предложения из текста в зависимости от своего отношения («важно», «спорно», «следует использовать в НИР, в ВКР, в статье», «проконсультироваться», «см. абзац на стр...» и т.п.). Основным инструментом конспектирования является команда «Рецензирование» (примечания, выноски, сравнить»).

Научный доклад по теме НИРС представляет собой представление результатов научной работы студента в рамках обсуждаемого вопроса (например, анализ коммуникативной ситуации, проектирование целей и задач, использование интегрированных инструментов в различных видах социальной коммуникации).

Собеседование представляет собой форму общения между преподавателем и студентов (группой) с целью выявления уровня трансформации полученных знаний в умения, умений – в навыки.

Ситуационные задачи представляют собой выявление знаний, умений и навыков студентов на примере анализа предложенного преподавателем или самими студентами конкретной ситуации на макро-, мезо-, микроуровне. Например: Каким образом информировать общественность, различные социальные группы при подготовке и принятии непопулярных решений на федеральном, региональном, муниципальном, корпоративном уровнях? Каким образом нейтрализовать фейковые новости в различных социальных слоях? Как интегрировать связи с общественностью и рекламу при продвижении на рынок товаров и услуг, рассчитанных на малообеспеченных слоев населения?

### Экзаменационные вопросы:

Общее и различие между социальными планами, программами и проектами

Аналитический этап проектирования интегрированных коммуникаций  
Рациональные методы анализа ситуации  
Интуитивные методы анализа ситуации  
Постановка проблемы и выдвижение гипотез в ситуационном анализе  
Определение стратегии в проектировании коммуникаций  
Формы интеграции рекламы и связей с общественностью в проекте  
Рекламное обеспечение бренда  
PR-поддержка бренда  
Социальное сегментирование общественности и аудитории  
Учет в проектировании особенностей поведения социальных групп  
Планирование рекламной кампании  
Планирование PR-кампании  
Планирование продвижения бренда  
Составление бюджета проекта коммуникаций  
Оценка эффективности реализации проекта  
Составление SWOT-матрицы анализа ситуации (на примере региона или муниципалитета)  
Составление матрицы STEP-анализа ситуации (на примере региона или муниципалитета)  
Организация фокусированного интервью для анализа ситуации  
Критический анализ специфичности целей проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)  
Критический анализ достижимости целей проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)  
Критический анализ измеримости целей проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)  
Критический анализ релевантности целей проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)  
Критический анализ временных рамок целей проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)  
Составить иерархию целей проекта коммуникаций и обосновать ее логику  
Сформулировать задачи проекта по технологии SMART (на конкретном примере)  
Демонстрировать навыки планирования и осуществления проектных работ в области изучения общественного мнения на основе собственных разработок  
Демонстрировать навыки организации работы социологических и маркетинговых служб в форме разработки предложений и рекомендаций для конкретной организации  
Показать навыки социальной экспертизы проектов коммуникаций (на конкретных примерах)  
Разработать рекомендации и предложения рекламных и PR-мероприятий с учетом социальных интересов и социальных проблем  
Находить оптимальные для социальных интересов варианты проектов решений в стандартных и нестандартных ситуациях

## Вопросы для семинаров

Занятие № 1. Проектирование коммуникаций: социальные, экономические и организационно-управленческие аспекты

1.Общее и различие между социальными планами, программами и проектами

2.Аналитический этап проектирования коммуникаций

Для самостоятельной работы:

### Занятие № 2 Анализ ситуации

1.Рациональные методы анализа ситуации

2.Интуитивные методы анализа ситуации

3.Постановка проблемы и выдвижение гипотез в ситуационном анализе

4.Определение стратегии в проектировании коммуникаций

Для самостоятельной работы:

Составление SWOT-матрицы анализа ситуации (на примере организации)

Составление матрицы STEP-анализа ситуации (на примере организации)

Организация фокусированного интервью для анализа ситуации

### Занятие № 3. Проектирование интегрированных коммуникаций

1.Формы интеграции рекламы и связей с общественностью в проекте

2.Рекламное обеспечение бренда

3.PR-поддержка бренда

Для самостоятельной работы:

Найти удачные и неудачные определения специфичности целей проекта

Найти удачные и неудачные определения достижимости целей проекта

Найти удачные и неудачные определения измеримости целей проекта

Найти удачные и неудачные определения релевантности целей проекта

Найти удачные и неудачные определения временных рамок целей политического проекта

### Занятие № 4. Социологический анализ общественности и аудитории

1.Социальное сегментирование

2.Учет в проектировании особенностей поведения социальных групп

Для самостоятельной работы:

Составить иерархию целей проекта политических коммуникаций и обосновать ее логику

Сформулировать задачи проекта по технологии SMART (на конкретном примере)

## Занятие № 5. Планирование реализации проекта коммуникаций

Планирование рекламной кампании  
Планирование PR-кампании  
Планирование продвижения бренда

Для самостоятельной работы:

Демонстрировать навыки организации работы служб в форме разработки предложений и рекомендаций для конкретной организации  
Показать навыки социальной экспертизы проектов коммуникаций (на конкретных примерах)

## Занятие № 6. Оценка проекта коммуникаций

1. Оценка социальной эффективности проекта
2. Оценка коммуникационной эффективности проекта

Для самостоятельной работы:

Разработать рекомендации и предложения рекламных и PR-мероприятий с учетом социальных интересов и социальных проблем

Описание методики оценивания устных ответов на семинарских занятиях оцениваются по 4-балльной шкале:

**5 баллов – «отлично»** - выставляется студенту, если его ответ полный, развернутый, освещены все аспекты вопроса, по которому студент выступает, при ответе использована учебная и научная литература, в том числе рекомендованная в данном РПД, студент свободно владеет материалом, не привязан к тексту выступления, отвечает на дополнительные вопросы;

**4 балла – «хорошо»** - выставляется студенту, если его ответ относительно полный, развернутый, освещены все главные вопросы, по которому студент выступает, при ответе использована учебная и научная литература, в том числе рекомендованная в данном РПД, студент относительно свободно владеет материалом, может отвечать на дополнительные вопросы;

**3 балла – «удовлетворительно»** - выставляется студенту, если его ответ не полный, освещены не все аспекты вопроса, по которому студент выступает, при ответе использована учебная и научная литература, в том числе рекомендованная в данном РПД, студент не владеет свободно материалом, привязан к тексту выступления; отвечает не на все дополнительные вопросы или делает ошибки в ответах на них;

**2 балла - «не удовлетворительно»** - выставляется студенту, если его ответ не раскрывает вопрос, по которому он выступает, студент не ориентируется в понятиях, не использована рекомендованная литература; не отвечает на дополнительные вопросы. Два балла выставляется также, если студент не готов к ответу на вопрос, отказывается отвечать.

Описание контрольной работы для студентов заочной формы обучения:

Контрольная работа должна быть оформлена в соответствии с требованиями ГОСТ, иметь библиографическое описание использованной литературы. Необходимо использовать не только учебную, но и научную литературу, имеющуюся в ЭБС БашГУ. В работе должен содержаться анализ социологических данных по данной проблематике (ФОМ, ВЦИОМ, Ромир-Мониторинг, других аналитических и консалтинговых центров). Контрольная работа должна содержать собственные выводы и предложения. Контрольная работа должна представлять собой самостоятельно разработанный PR и/или рекламный проект по выбору студента. Желательно, чтобы проект был составлен на примере той организации, в которой в настоящее время (или в недалеком прошлом, если не работает в настоящее время) студент работает или учится. Также поощряется выполнение контрольной работы в рамках темы выпускной квалификационной работы студента. Контрольная работа должна, помимо введения и заключения, включать в себя аналитическую часть и разработку проекта по требованиям SMART-анализа.

#### Примерные темы контрольных работ

- Проектирование интегрированных коммуникаций для малых предприятий (в сферах торговли, бытовых услуг, строительно-ремонтных работ, автосервиса, рекламных фирм, IT-фирм и т.п., по выбору студента).
- Проектирование интегрированных коммуникаций для средних предприятий (по выбору студента)
- Проектирование интегрированных коммуникаций для учебных заведений (по выбору студента)
- Проектирование интегрированных коммуникаций для НКО (по выбору студента)
- Проектирование интегрированных коммуникаций общественной организации (по выбору студента)
- Проектирование интегрированных коммуникаций местного или регионального отделения политической партии (по выбору студента)
- Проектирование интегрированных коммуникаций муниципального органа власти (по выбору студента)
- Проектирование интегрированных коммуникаций регионального органа исполнительной власти (по выбору студента)

### 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

#### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

##### Основная литература:

1. Наумова, Л.М. Проектирование политических исследований [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.М. Наумова. — Электрон. дан. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. — 248 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/76552>.
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 488 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93416>
3. Федотова, Л.Н. Социология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Л.Н. Федотова. — Электрон. дан. — Москва : МГУ имени М.В.Ломоносова, 2014. — 456 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/99333>
4. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97267>.

5. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68864>.
6. Власова, М.Л. Социологические методы в политических исследованиях [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.Л. Власова. — Электрон. дан. — М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2006. — 710 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/100210>.
7. Шарков, Ф.И. Коммуникология: теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : учебник / Ф.И. Шарков. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/103723>.

#### Дополнительная литература:

8. Катунина, Н.В. Управление маркетинговыми коммуникациями [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Н.В. Катунина. — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2016. — 98 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/89985>.
9. Коновалова, О.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.В. Коновалова. — Электрон. дан. — Кемерово : КемГУ, 2013. — 102 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/45627>.
10. Анпилогова, Л.В. Теория коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.В. Анпилогова, Ю.В. Кудашова. — Электрон. дан. — Оренбург : ОГУ, 2016. — 205 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/98141>.
11. Барезhev, В.А. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Барезhev. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2005. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/63736>.
12. Белоцерковская, Н.В. ПРОПИАР [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.В. Белоцерковская, А.К. Кайдашова. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2018. — 183 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/110550>
13. Годин, А.М. Брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.М. Годин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 184 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93371>
14. Шарков, Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации возникновение "Четвертой волны" [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф.И. Шарков. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 260 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93407>  
Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф.И. Шарков. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 408 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93302>

#### 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

№	Информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме
1	<a href="http://www.nir.ru/socio/scipubl/socis.htm">http://www.nir.ru/socio/scipubl/socis.htm</a>	Журнал «Социологические исследования»
3	<a href="http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm">http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm</a>	Социологические журналы в Web

4	<a href="http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm">http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm</a>	Российские социологические журналы
7	<a href="http://www.ecsocman.edu.ru">www.ecsocman.edu.ru</a>	Портал по социологии, экономике и менеджменту
8	<a href="http://sociology.extrim.ru/bibl.htm">http://sociology.extrim.ru/bibl.htm</a>	Библиотека социолога

### Программное обеспечение

1. Права на программы для ЭВМ операционная система для персонального компьютера Win SL 8 Russian OLP NL Academic Edition Legalization Get Genuine.

Права на программы для ЭВМ обновление операционной системы для персонального компьютера Windows Professional 8 Russian Upgrade OLP NL Academic Edition.

Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.

2. Программа для ЭВМ Office Standard 2013 Russian OLP NL Academic Edition. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

### Перечень договоров на электронные библиотечные системы (ЭБС)

Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
Договор на БД периодических изданий между БашГУ и «ИВИС» № 133-П1650 от 03.07.2018	С 01.07.2018 до 30.06.2019
Договор на ЭБС «Университетская библиотека онлайн» между БашГУ и «Нексмедиа» № 847 от 03.09.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
Договор на ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 848 от 03.09.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
Соглашение на бесплатные коллекции в ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 961 от 01.10.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
Договор на доступ к электронным научным периодическим изданиям между БашГУ и РУНЭБ № 1262 от 11.12.2018	С 11.12.2018 по 31.12.2019

### 6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса имеется все необходимое учебное оборудование, мультимедийное оборудование, доступ к сети Интернет, к электронным библиотечным системам, к справочным системам.

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
учебная аудитория для проведения занятий	Лекции	Аудитория № 310



<p>лекционного типа:  аудитория № 310 (гуманитарный корпус)  аудитория № 312 (гуманитарный корпус),  аудитория № 315 (гуманитарный корпус),</p>		<p>Учебная мебель, доска.  Аудитория № 312  Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX 660, экран настенный Classic Norma 244*183.  Аудитория № 315  Учебная мебель, доска.  1. Права на программы для ЭВМ операционная система для персонального компьютера Win SL 8 Russian OLP NL Academic Edition Legalization Get Genuine.  Права на программы для ЭВМ обновление операционной системы для персонального компьютера Windows Professional 8 Russian Upgrade OLP NL Academic Edition.  Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.  2. Программа для ЭВМ Office Standard 2013 Russian OLP NL Academic Edition. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.</p>
<p>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:  аудитория № 309 (гуманитарный корпус),  аудитория № 310 (гуманитарный корпус),</p>	<p>Семинарские, практические занятия</p>	<p>Аудитория № 309  Учебная мебель, доска.  Аудитория 310  Учебная мебель, доска.</p>
<p>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций,  учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:  аудитория № 309 (гуманитарный корпус),  аудитория № 310 (гуманитарный корпус).  аудитория № 314 (гуманитарный корпус)</p>	<p>индивидуальные консультации, текущий контроль и промежуточная аттестация</p>	<p>Аудитория № 309  Учебная мебель, доска.  Аудитория № 310  Учебная мебель, доска.  Аудитория № 314  Учебная мебель, доска</p>
<p>помещения для самостоятельной работы:  аудитория № 314 (гуманитарный корпус),  аудитория № 345 компьютерный класс (главный корпус).  аудитория № 419 (гуманитарный корпус);   читальный зал № 1 главный корпус, 1 этаж, каб. 17; Абонемент № 7 ул. Тукаева, д.1, 8 этаж, каб. 815; Абонемент № 9 ул. Тукаева,</p>	<p>самостоятельная работа</p>	<p>Аудитория № 314  Учебная мебель, доска  Аудитория № 345  Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, моноблоки стационарные – 20 шт.  Аудитория № 419  Учебная мебель, доска, компьютеры в комплекте (5 шт.): стеллажи, шкафы картотечные, комбинированные  1. Права на программы для ЭВМ операционная система для персонального компьютера Win SL 8 Russian OLP NL Academic Edition Legalization Get Genuine.  Права на программы для ЭВМ обновление операционной системы для персонального</p>

д.1, 4 этаж, каб. 415.		компьютера Windows Professional 8 Russian Upgrade OLP NL Academic Edition. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные. 2. Программа для ЭВМ Office Standard 2013 Russian OLP NL Academic Edition. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
------------------------	--	--

Приложение № 1

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «**ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ**»

на 3 семестр обучения  
**очная, заочная**

Рабочую программу осуществляют:

Лекции: д.с.н., проф. Шайхисламов Р.Б.

Практические занятия: д.с.н., проф. Шайхисламов Р.Б.

Вид работы	Объем дисциплины, всего	дневная форма, 3 семестр	заочная форма, 2 курс, 3 сессия
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	108/3	108/3	108/3
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	23,2	23,2	27,2
лекций	10	10	10
практических/ семинарских	12	12	16
лабораторных			
других (групповая, индивидуальная консультация и иные)	1,2	1,2	1,2

виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)			
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	50	50	74,2
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (контроль)	34,8	34,8	6,6

Форма контроля: экзамена на 2 курсе в 3 семестре по дневной форме обучения и на 2 курсе 3 сессии заочной формы обучения

Очная форма обучения

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабора- торные работы, самостоятель- ная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополни- тельная ли- тература, рекомендуе- мая студен- там (номера из списка)	Задания по само- стоятель- ной рабо- те студен- тов	Форма текущего контроля успеваемо- сти
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Занятие № 1 Проектирование связей с общественностью в интегрированных коммуникациях 1 Особенности социологического изучения связей с общественностью 2 Модели связей с общественностью: социальные, политические, экономические и технологические факторы 3. Анализ общественности как социального феномена (на основе анализа опросов общественного мнения)	2	2		8	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс-задания
2.	Занятие № 2 Реклама в интегрированных коммуникациях 1. Особенности социологического подхода к исследованию рекламы 2. Сегментация аудитории рекламы (на примере определенной актуальной рекламы) 3. Факторы восприятия рекламы в различных сегментах целевой аудитории	2	2		8	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс
3.	Занятие № 3. Типы и социальные функции бренда 1. Социальные и экономические факторы сильных брендов 2. Бренд и престижное потребление (на конкретных примерах) 3. Социальный бренд территорий (на примере РБ).	-	2		8	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс
4.	Занятие №4. Социология журналистики 1. Социальные функции СМИ и журналистики как профес-	2	2		8	в плане семинарских	в плане семинар-	групповой и индивидуальный опрос,

	сии 2. Социологическая компетентность / некомпетентность журналиста (на примере конкретных журналистских материалов) 3. Реклама и связи с общественностью в масс-медиа: контент-анализ республиканских СМИ					занятий	ских занятий	кейс
5	Занятие №5. Социальные сети 1. Социологический анализ социальных сетей (на примере социальных сетей, в которых состоят студенты) 2. Социальные сети: монолог, диалог, полилог? (на примере собственного участия студента в социальных сетях) 3. Сравнительный анализ аудитории традиционных и новых медиа.	2	2		10	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс
6	Занятие №6. Пространственно-временные формы интеграции социальных коммуникаций 1. Временная координация и субординация рекламы, связей с общественностью, продвижения и стимулирования сбыта (на примере успешных кампаний) 2. Координация и субординация рекламы, связей с общественностью, продвижения и стимулирования сбыта в пространстве (на примере успешных кампаний)	2	2		8	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс
<b>Всего часов:</b>		10	12		50			экзамен

Заочная форма обучения

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабора- торные работы, самостоятель- ная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополни- тельная ли- тература, рекомендуе- мая студен- там (номера из списка)	Задания по само- стоятель- ной рабо- те студен- тов	Форма текущего контроля успеваемо- сти
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Занятие № 1 Связи с общественностью в интегрированных коммуникациях 1 Особенности социологического изучения связей с общественностью 2 Модели связей с общественностью: социальные, политические, экономические и технологические факторы 3. Анализ общественности как социального феномена (на основе анализа опросов общественного мнения)	2	2		12	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс-задания
2.	Занятие №_2 Реклама в интегрированных коммуникациях 1.Особенности социологического подхода к исследованию рекламы 2.Сегментация аудитории рекламы (на примере определенной актуальной рекламы) 3. Факторы восприятия рекламы в различных сегментах целевой аудитории	2	2		12	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс
3.	Занятие № 3. Типы и социальные функции бренда 1.Социальные и экономические факторы сильных брендов 2. Бренд и престижное потребление (на конкретных примерах) 3. Социальный бренд территорий (на примере РБ).	-	2		12	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс
4.	Занятие №4. Социология журналистики 1.Социальные функции СМИ и журналистики как профессии	2	2		12	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс

	2. Социологическая компетентность / некомпетентность журналиста (на примере конкретных журналистских материалов) 3. Реклама и связи с общественностью в масс-медиа: контент-анализ республиканских СМИ						тий	
5	Занятие №5. Социальные сети 1. Социологический анализ социальных сетей (на примере социальных сетей, в которых состоят студенты) 2. Социальные сети: монолог, диалог, полилог? (на примере собственного участия студента в социальных сетях) 3. Сравнительный анализ аудитории традиционных и новых медиа.	2	4		12	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс
6	Занятие №6. Пространственно-временные формы интеграции социальных коммуникаций 1. Временная координация и субординация рекламы, связей с общественностью, продвижения и стимулирования сбыта (на примере успешных кампаний) 2. Координация и субординация рекламы, связей с общественностью, продвижения и стимулирования сбыта в пространстве (на примере успешных кампаний)	2	4		14,2	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс
<b>Всего часов:</b>		10	16		74,2			экзамен

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

КАФЕДРА СОЦИОЛОГИИ И РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ

**Фонд оценочных средств**

по учебной дисциплине **Б1.В.07 Проектирование интегрированных коммуникаций**

**программа магистратуры**

**направление подготовки 39.04.01 Социология**

**профиль Социология коммуникаций**

Город Уфа 2018



**Фонд оценочных средств по дисциплине «Проектирование интегрированных коммуникаций»**

**Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Код и формулировка компетенции **ПК-5 способностью составлять и представлять проекты научно- исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами**

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: О нормативных документах составления научно-исследовательских и аналитических разработок; О структуре и содержании проектов научно-исследовательских и аналитических разработок	Отрывочные, фрагментарные представления, отсутствие знаний по существу	В целом знания по существу, но не обладающие полнотой	Полные знания по программе	Полные знания, творческий подход, дополнительные знания сверх программы
Второй этап (уровень)	Уметь: Составлять и представлять проекты научно- исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	Не умеет составлять проекты	Частично умеет составлять проекты	Полностью умеет составлять проекты	Умеет в полной мере и творчески подходить к составлению проектов
Третий этап (уровень)	Владеть навыками: составления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	Не владеет навыками	Навыки фрагментарные, неустойчивые	Полные навыки	Полные навыки, превратившиеся в устойчивый опыт

Код и формулировка компетенции **ПК-7 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений**

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)

Первый этап (уровень)	Знать: о сущности и особенностях проектирования работ в области общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, социологической экспертизы решений; о методах социального проектирования, об общественном мнении; о социологической экспертизе	Отрывочные, фрагментарные представления, отсутствие знаний по существу	В целом знания по существу, но не обладающие полнотой	Полные знания по программе	Полные знания, творческий подход, дополнительные знания сверх программы
Второй этап (уровень)	Уметь: составлять программу исследования, анализа данных, осуществлять экспертизу решений; определить стратегию и тактику исследовательской, аналитической и консультационной деятельности в области общественного мнения, маркетинга, социологической экспертизы; учитывать общественное мнение, социальные интересы при разработке маркетинговых, политических и научно-технических решений	Не умеет составлять проекты	Частично умеет составлять проекты	Полностью умеет составлять проекты	Умеет в полной мере и творчески подходить к составлению проектов
Третий этап (уровень)	Навыки: применения теоретических знаний и прикладных умений в научной, аналитической и консалтинговой деятельности; проведения научных исследований, аналитики и экспертизы с опорой на теоретические знания и прикладные умения	Не владеет навыками	Навыки фрагментарные, неустойчивые	Полные навыки	Полные навыки, превратившиеся в устойчивый опыт

**Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	о нормативных документах составления научно-исследовательских и аналитических разработок; о структуре и содержании проектов научно-исследовательских и аналитических разработок	ПК-5	Индивидуальный, групповой опрос
	о сущности и особенностях проектирования работ в области общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, социологической экспертизы решений; о методах социального проектирования, об общественном мнении; о социологической экспертизе	ПК-7	Индивидуальный, групповой опрос
2-й этап Уме-	составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с норматив-	ПК-5	Индивидуальный,

ния	ными документами		групповой опрос
	составлять программу исследования, анализа данных, осуществлять экспертизу решений; определить стратегию и тактику исследовательской, аналитической и консультационной деятельности в области общественного мнения, маркетинга, социологической экспертизы; учитывать общественное мнение, социальные интересы при разработке маркетинговых, политических и научно-технических решений	ПК-7	Индивидуальный, групповой опрос
3-й этап	составления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	ПК-5	Индивидуальный, групповой опрос
Владеть навыками	применения теоретических знаний и прикладных умений в научной, аналитической и консалтинговой деятельности; проведения научных исследований, аналитики и экспертизы с опорой на теоретические знания и прикладные умения	ПК-7	Индивидуальный, групповой опрос кейс-задача

#### Экзаменационные вопросы:

Общее и различие между социальными планами, программами и проектами  
Аналитический этап проектирования интегрированных коммуникаций  
Рациональные методы анализа ситуации  
Интуитивные методы анализа ситуации  
Постановка проблемы и выдвижение гипотез в ситуационном анализе  
Определение стратегии в проектировании коммуникаций  
Формы интеграции рекламы и связей с общественностью в проекте  
Рекламное обеспечение бренда  
PR-поддержка бренда  
Социальное сегментирование общественности и аудитории  
Учет в проектировании особенностей поведения социальных групп  
Планирование рекламной кампании  
Планирование PR-кампании  
Планирование продвижения бренда  
Составление бюджета проекта коммуникаций  
Оценка эффективности реализации проекта  
Составление SWOT-матрицы анализа ситуации (на примере региона или муниципалитета)  
Составление матрицы STEEP-анализа ситуации (на примере региона или муниципалитета)  
Организация фокусированного интервью для анализа ситуации  
Критический анализ специфичности целей проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)  
Критический анализ достижимости целей проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)  
Критический анализ измеримости целей проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)  
Критический анализ релевантности целей проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)  
Критический анализ временных рамок целей проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)  
Составить иерархию целей проекта коммуникаций и обосновать ее логику

Сформулировать задачи проекта по технологии SMART (на конкретном примере)  
Демонстрировать навыки планирования и осуществления проектных работ в области изучения общественного мнения на основе собственных разработок  
Демонстрировать навыки организации работы социологических и маркетинговых служб в форме разработки предложений и рекомендаций для конкретной организации  
Показать навыки социальной экспертизы проектов коммуникаций (на конкретных примерах)  
Разработать рекомендации и предложения рекламных и PR-мероприятий с учетом социальных интересов и социальных проблем  
Находить оптимальные для социальных интересов варианты проектов решений в стандартных и нестандартных ситуациях

#### Образец экзаменационного билета:

1. Социальные коммуникации на макро-уровне как интеграция коммуникаций в политической, экономической и политической сферах жизни общества (с конкретными примерами)

2. Какие коммуникационные средства были использованы / не использованы, с какой эффективностью при принятии закона об увеличении пенсионного возраста в РФ в 2018 году?

3. В какой временной последовательности Вы применили бы технологии связей с общественностью, рекламы, продвижения услуг и брендинга в работе с абитуриентами БашГУ в первой половине года? Обоснуйте свое решение.

#### Вопросы для семинаров

Занятие № 1. Проектирование коммуникаций: социальные, экономические и организационно-управленческие аспекты

1. Общее и различие между социальными планами, программами и проектами

2. Аналитический этап проектирования коммуникаций

Для самостоятельной работы:

#### Занятие № 2 Анализ ситуации

1. Рациональные методы анализа ситуации

2. Интуитивные методы анализа ситуации

3. Постановка проблемы и выдвижение гипотез в ситуационном анализе

4. Определение стратегии в проектировании коммуникаций

Для самостоятельной работы:

Составление SWOT-матрицы анализа ситуации (на примере организации)

Составление матрицы STEEP-анализа ситуации (на примере организации)

Организация фокусированного интервью для анализа ситуации

#### Занятие № 3. Проектирование интегрированных коммуникаций

1. Формы интеграции рекламы и связей с общественностью в проекте

2. Рекламное обеспечение бренда

3. PR-поддержка бренда

Для самостоятельной работы:

Найти удачные и неудачные определения специфичности целей проекта

Найти удачные и неудачные определения достижимости целей проекта

Найти удачные и неудачные определения измеримости целей проекта

Найти удачные и неудачные определения релевантности целей проекта

Найти удачные и неудачные определения временных рамок целей политического проекта

#### Занятие № 4. Социологический анализ общественности и аудитории

1. Социальное сегментирование

2. Учет в проектировании особенностей поведения социальных групп

Для самостоятельной работы:

Составить иерархию целей проекта политических коммуникаций и обосновать ее логику

Сформулировать задачи проекта по технологии SMART (на конкретном примере)

#### Занятие № 5. Планирование реализации проекта коммуникаций

Планирование рекламной кампании

Планирование PR-кампании

Планирование продвижения бренда

Для самостоятельной работы:

Демонстрировать навыки организации работы служб в форме разработки предложений и рекомендаций для конкретной организации

Показать навыки социальной экспертизы проектов коммуникаций (на конкретных примерах)

#### Занятие № 6. Оценка проекта коммуникаций

1. Оценка социальной эффективности проекта

2. Оценка коммуникационной эффективности проекта

Для самостоятельной работы:

Разработать рекомендации и предложения рекламных и PR-мероприятий с учетом социальных интересов и социальных проблем

Описание методики оценивания устных ответов на семинарских занятиях оцениваются по 4-балльной шкале:

**5 баллов – «отлично»** - выставляется студенту, если его ответ полный, развернутый, освещены все аспекты вопроса, по которому студент выступает, при ответе использована учебная и научная литература, в том числе рекомендованная в данном РПД, студент свободно владеет материалом, не привязан к тексту выступления, отвечает на дополнительные вопросы;

**4 балла – «хорошо»** - выставляется студенту, если его ответ относительно полный, развернутый, освещены все главные вопросы, по которому студент выступает, при ответе использована учебная и научная литература, в том числе рекомендованная в данном РПД, студент относительно свободно владеет материалом, может отвечать на дополнительные вопросы;

**3 балла – «удовлетворительно»** - выставляется студенту, если его ответ не полный, освещены не все аспекты вопроса, по которому студент выступает, при ответе использована учебная и научная литература, в том числе рекомендованная в данном РПД, студент не владеет свободно материалом, привязан к тексту выступления; отвечает не на все дополнительные вопросы или делает ошибки в ответах на них;

**2 балла - «не удовлетворительно»** - выставляется студенту, если его ответ не раскрывает вопрос, по которому он выступает, студент не ориентируется в понятиях, не использована рекомендованная литература; не отвечает на дополнительные вопросы. Два балла выставляется также, если студент не готов к ответу на вопрос, отказывается отвечать.

Описание контрольной работы для студентов заочной формы обучения:

Контрольная работа должна быть оформлена в соответствии с требованиями ГОСТ, иметь библиографическое описание использованной литературы. Необходимо использовать не только учебную, но и научную литературу, имеющуюся в ЭБС БашГУ. В работе должен содержаться анализ социологических данных по данной проблематике (ФОМ, ВЦИОМ, Ромир-Мониторинг, других аналитических и консалтинговых центров). Контрольная работа должна содержать собственные выводы и предложения. Контрольная работа должна представлять собой самостоятельно разработанный PR и/или рекламный проект по выбору студента. Желательно, чтобы проект был составлен на примере той организации, в которой в настоящее время (или в недалеком прошлом, если не работает в настоящее время) студент работает или учится. Также поощряется выполнение контрольной работы в рамках темы выпускной квалификационной работы студента. Контрольная работа должна, помимо введения и заключения, включать в себя аналитическую часть и разработку проекта по требованиям SMART-анализа.

#### Примерные темы контрольных работ

Проектирование интегрированных коммуникаций для малых предприятий (в сферах торговли, бытовых услуг, строительно-ремонтных работ, автосервиса, рекламных фирм, IT-фирм и т.п., по выбору студента).

Проектирование интегрированных коммуникаций для средних предприятий (по выбору студента)

Проектирование интегрированных коммуникаций для учебных заведений (по выбору студента)

Проектирование интегрированных коммуникаций для НКО (по выбору студента)

Проектирование интегрированных коммуникаций общественной организации (по выбору студента)

Проектирование интегрированных коммуникаций местного или регионального отделения политической партии (по выбору студента)

Проектирование интегрированных коммуникаций муниципального органа власти (по выбору студента)

Проектирование интегрированных коммуникаций регионального органа исполнительной власти (по выбору студента)