

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено
на заседании кафедры
протокол №10 от 17 июня 2017 г.
Зав. кафедрой



Шайхисламов Р.Б.

Согласовано:
Председатель УМК факультета



Хабибуллина З.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Интегрированные коммуникации
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 2017 года

Уфа 2018

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры социологии и работы с молодежью протокол от «17» июня 2017 г. № 10

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры социологии и работы с молодежью: обновлено содержание изучаемых тем, обновлено содержание вопросов к зачету, расширен список тем эссе, пересмотрены и обновлены тестовые задания, пересмотрен список литературы, протокол от 16.06.2018 г. №10.

Заведующий кафедрой



/ Шайхисламов Р.Б.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины (модуля), приняты на заседании кафедры социологии и работы с молодежью: обновлена рекомендованная литература, список вопросов для аттестации по итогам дисциплины, программное обеспечение, протокол от «22» апреля 2019 г. № 8.

Заведующий кафедрой



/ Шайхисламов Р.Б.

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных спланируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	7
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	7
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	7
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	10
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	16
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	16
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	18
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	18
7. Приложение 1. Содержание рабочей программы	21

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. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Целью дисциплины «Интегрированные коммуникации» является формирование целостных знаний о социальных коммуникациях как процесса и результата интеграции различных форм и уровней коммуникаций (экономических, политических, духовных на макро-, мезо- и микро-уровнях) на основе освоенных дисциплин, на этой основе – комплексных умений и навыков работы социолога в области различных социальных коммуникаций.

Дисциплина «Интегрированные коммуникации» относится к *вариативной* части.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре очной формы и на 2 курсе в 3 сессию заочной формы обучения.

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 Проектирование маркетинговых коммуникаций
- Б1.В.ДВ.05.02 Проектирование политических коммуникаций
- 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.

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

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	В целом знания по существу, но не обладающие полнотой	Полные знания в пределах программы	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;	отсутствие умений составлять проекты НИР	наличие базовых умений составления проектов НИР, в основном соответствующим нормативным документам	полные умения составления стандартных проектов НИР	полные умения составления проектов НИР для нестандартных ситуаций
Третий этап (уровень)	Владеть навыками: составления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами;	отсутствие навыков составления проектов НИР	неустойчивые навыки, требующие дальнейшего закрепления, составления проектов НИР	устойчивые навыки составления стандартных проектов НИР	устойчивые навыки составления проектов НИР и аналитических разработок для нестандартных ситуаций

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 служб в области интегрированных коммуникаций; об основах проведения социальной экспертизы связей с общественностью, рекламы, брендинга, связанных с политическими, экономическими 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	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
Второй этап (уровень)	Уметь: Планировать и осуществлять проектные работы в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых 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 ин-	Не владеет никакими навыками анализа стандартных ситуаций в социальных коммуникациях в маркетинге; представлении проектов	Частично владеет навыками анализа стандартных ситуаций в социальных коммуникациях в маркетинге; со-	Полностью навыками анализа стандартных ситуаций в социальных коммуникациях в маркетинге; со-	навыками анализа нестандартных ситуаций в социальных коммуникациях в маркетинге, государственном и муниципальном управлении, в духовной

тересов варианты управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях; оценивать социально-экономические и социально-психологические последствия решений с позиций интересов социальных групп и слоев	научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами; планирования и осуществления проектных работ	ставления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами; планирования и осуществления проектных работ	ставления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами; планирования и осуществления проектных работ	ставления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами; планирования и осуществления проектных работ	жизни, используя различные методы анализа ситуации, при соблюдении научной, управленческой и общественной 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

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, о нормативных требованиях и стандартах составления и представления проектов НИР, планирования и осуществления проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	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	1. 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>
	2. 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

Экзамен

Экзамен является оценочным средством для всех этапов освоения компетенций. Структура экзаменационного билета: билет состоит из двух теоретических вопросов, которые в совокупности охватывают содержание дисциплины и одного практического задания разных типов (например: назовите характеристики молодежи как социально-демографической группы, приведите пример социального проекта в молодежной среде в Республике Башкортостан и т.д.).

Вопросы к экзамену:

1. Истоки и основные парадигмы социальной коммуникации.
2. Социальные коммуникации на макро-уровне как интеграция коммуникаций в политической, экономической и политической сферах жизни общества (с конкретными примерами)
3. Социальные коммуникации на мезо-уровне как интеграция внутренних и внешних коммуникаций организации (с конкретными примерами).

4. Различия между социальными коммуникациями в «системном» и «жизненном» мирах (согласно теории Ю.Хабермаса, с конкретными примерами).
5. Различия между коммуникативным, стратегическим, драматургическим и нормативным действиями (на конкретном примере)
6. Теория коммуникации Н. Лумана
7. Интегрированные коммуникации в корпоративном управлении
8. Интегрированные коммуникации в маркетинге
9. Интегрированные коммуникации в политике
10. Интегрированные коммуникации в государственном и муниципальном управлении
11. Интегрированные коммуникации в системе образования
12. Социальные аспекты маркетинговых коммуникаций
13. Социальные аспекты политических и управленческих коммуникаций
14. Реклама в системе интегрированных коммуникаций
15. Особенности и сферы применения социальной рекламы
16. Рекламные технологии
17. Социально-демографическое и социально-психологическое сегментирование целевых аудиторий рекламы
18. Особенности восприятия рекламы в различных сегментах целевой аудитории
19. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций (на примере маркетинга, политики, управления)
20. Модели связей с общественностью
21. Общественность как социологический феномен. Типы общественности.
22. Социальные и коммуникативные функции связей с общественностью (на конкретном примере)
23. Технологии связей с общественностью и их эффективность
24. Бренд в системе интегрированных коммуникаций
25. Коммуникативная стратегия и тактика управления брендом (на конкретном примере).
26. Интегрированные коммуникации в директ-маркетинге и организации личных продаж (на конкретном примере)
27. Интегрированные коммуникации в стимулировании сбыта
28. Интегрированные коммуникации в личных политических контактах.
29. Оценить достоинства и недостатки социальных коммуникаций при принятии «трудных» политических решений (на основе предложенных ситуационных задач из текущей политической жизни)
30. Оценить достоинства и недостатки социальных коммуникаций при принятии «трудных» маркетинговых решений (на основе предложенных ситуационных задач)
31. Как интегрировать горизонтальные и вертикальные коммуникации в организации (на основе кейс-задачи из бизнес-изданий)
32. В какой временной последовательности применять в едином комплексе связи с общественностью, рекламу, продвижение бренда при продвижении на рынке новых товаров и услуг (на основе кейс-задачи)
33. В какой пространственной последовательности применять в едином комплексе связи с общественностью, рекламу, продвижение бренда при продвижении товаров и услуг на рынок РБ (на основе кейс-задачи)
34. Приведите примеры кумулятивного эффекта интегрированных маркетинговых коммуникаций и его факторов.
35. Приведите примеры кумулятивного эффекта интегрированных политических коммуникаций и его факторов.
36. Приведите примеры кумулятивного эффекта интегрированных управленческих коммуникаций в организации и его факторов.

Образец экзаменационного билета:

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет философии и социологии
Направление 39.04.01 Социология
Программа «Социология коммуникаций»
по дисциплине Интегрированные коммуникации

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

- 1.Общее и различие между социальными и экономическими коммуникациями
- 2.Составление SWOT-матрицы анализа коммуникативной ситуации (на примере организации)
- 3.Демонстрировать навыки планирования и осуществления PR и рекламных действий в области общественного мнения

Заведующий кафедрой _____ Шайхисламов Р.Б.
20__-20__ уч.г. Кафедра социологии и работы с молодежью

Индивидуальный и групповой опрос (устный опрос)

Индивидуальный опрос осуществляется по вопросам, предусмотренным семинарскими занятиями.

Это метод контроля позволяющий оценить знания одного студента. Вопросы должны быть четкими, ясными, конкретными, охватывать основной материал программы. Содержание вопросов должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать сущность явлений, доказывать, подбирать примеры, делать выводы. Вопрос задается всей группе, затем вызывают для ответа конкретного студента. При необходимости целесообразно наводящими вопросами помогать студенту, не подсказывая ему правильного ответа. Заключительная часть устного опроса – подробный анализ ответов студентов. Преподаватель отмечает как положительные стороны, так и указывает на недостатки ответа, делает вывод о том, как изложен учебный материал.

Групповой опрос во время лекции, семинарского занятия с целью проверки остаточных знаний, анализа проблемной ситуации задаются вопросы аудитории, в ответах на которые участвуют несколько студентов или вся аудитория.

Вопросы для семинаров

Занятие № 1. Интегрированные коммуникации: социальные, экономические и организационно-управленческие аспекты

Вопросы для устного опроса:

1. Общее и различие между коммуникациями в социальной, экономической, политической и духовной сферах жизни общества.
2. Особенности коммуникаций на уровне общества, организаций и малых групп.

Практические задания:

1. Проиллюстрировать «силу слабых связей» (по М. Грановеттеру) на примере различных социальных, экономических, политических, научных, образовательных и иных коммуникаций.
2. Проиллюстрировать на конкретных примерах изменения социальных коммуникаций под влиянием глобализации и цифровизации.

Занятие № 2 Анализ коммуникативной ситуации

Вопросы для устного опроса:

1. Рациональные методы анализа коммуникативной ситуации
2. Интуитивные методы анализа коммуникативной ситуации
3. Постановка проблемы и выдвижение гипотез в анализе коммуникативной ситуации
4. Определение стратегии в коммуникативной коммуникаций

Практические задания:

1. Составление SWOT-матрицы анализа коммуникативной ситуации (на примере организации)
2. Составление матрицы STEP-анализа коммуникативной ситуации (на примере организации)
3. Организация фокусированного интервью для анализа коммуникативной ситуации.

Занятие № 3. Связи с общественностью в структуре интегрированных коммуникаций

Вопросы для устного опроса:

1. Особенности социологического анализа связей с общественностью
2. Общественность как социальное явление. Структура общественности.
3. Модели связей с общественностью.

Занятие № 4. Реклама в структуре интегрированных коммуникаций

Вопросы для устного опроса:

1. Реклама как объект социологического изучения
2. Аудитория рекламы: социально-демографическое, социально-экономическое, социально-политическое и социально-психологическое сегментирование
3. Формы рекламы

Занятие № 5. Формы интеграции рекламы и связей с общественностью

Вопросы для устного опроса:

1. Интеграция рекламы и связей с общественностью в организации повседневной жизнедеятельности организации
2. Интеграция рекламы и связей с общественностью в организации в нестандартных и критических социальных ситуациях

Практические задания:

1. Предложить конкретные формы интеграции рекламы и связей с общественностью БашГУ в работе с абитуриентами

Занятие № 6. Рекламное и PR-обеспечение бренда

Вопросы для устного опроса:

1. Рекламное обеспечение бренда
2. PR-поддержка бренда

Практические задания:

1. Предложить конкретные формы продвижения бренда территории «TerraBashkiria»

Критерии и методика оценивания ответов по устному (индивидуальному и групповому) опросу:

Устный (индивидуальный и групповой) опрос оценивается по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «не удовлетворительно»:

Критерии оценивания:

Показатель оценки	Распределение баллов
Соответствие содержание заявленной теме	1
Логичность и последовательность изложе-	1

ния материала	
Привлечение актуальных нормативных актов и современной научной литературы	1
Глубина и всесторонность раскрытия текста	2

Оценки	Результаты устного ответа
«отлично»	5 баллов
«хорошо»	4 балла
«удовлетворительно»	3 балла
«неудовлетворительно»	2-1 балл

Критерии и методика оценивания ответов по практическим заданиям для очной и заочной форм обучения:

Практические задания оцениваются по 4-балльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «не удовлетворительно»).

Показатель оценки	Распределение баллов
Правильно понимает сущность вопроса, дает точное определение и истолкование основных понятий	1
Логичность и последовательность изложения материала	1
Привлечение актуальных нормативных актов и современной научной литературы	1
Степень обоснованности аргументов и обобщений, глубина, всесторонность раскрытия текста	2

Оценки	Результаты устного ответа
«отлично»	5 баллов
«хорошо»	4 балла
«удовлетворительно»	3 балла
«неудовлетворительно»	2-1 балл

Контрольная работа

Контрольные работы являются неотъемлемым элементом образовательной подготовки по дисциплине по заочной форме обучения. Ключевая цель этой работы – формирование компетенций – способности и готовности студента применять полученные теоретические знания, практические умения и навыки в стандартных и изменяющихся ситуациях профессиональной деятельности.

Студентам рекомендуется при подготовке:

- изучить и проанализировать лекционный материал, выделяя ключевые понятия, основные положения и выводы по данной теме.
- изучить основную и дополнительную литературу по предлагаемым вопросам, уметь пользоваться информационными и справочными источниками;
- творчески осмыслить предложенные задания, применяя междисциплинарные связи.

Тематика контрольных работ (для студентов заочной формы обучения):

1. Связи с общественностью во внутренней и внешней среде организации
2. Основные этапы управления связями с общественностью
3. PR-поддержка бренда
4. Аналитический этап связей с общественностью
5. Рациональные методы ситуационного анализа в рекламе и PR
6. Интуитивные методы ситуационного анализа в рекламе и PR
7. Постановка проблемы и выдвижение гипотез в ситуационном анализе
8. Определение стратегии в интеграции коммуникаций
9. Формы интеграции рекламы и связей с общественностью
10. Рекламное обеспечение бренда
11. Социальное сегментирование аудитории и общественности
12. Планирование рекламной кампании
13. Планирование PR-кампании

Контрольная работа оценивается по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «не удовлетворительно»:

Критерии оценивания контрольной работы для студентов заочной формы обучения:

Показатель оценки	Распределение баллов
Соответствие содержание заявленной теме	1
Логичность и последовательность изложения материала	1
Привлечение актуальных нормативных актов и современной научной литературы	1
Степень обоснованности аргументов и обобщений, глубина, всесторонность раскрытия текста	1
Самостоятельность изучения и анализа материала	1

14.

Оценки	Результаты ответа по контрольной работе
«отлично»	5 баллов
«хорошо»	4 балла
«удовлетворительно»	3 балла
«неудовлетворительно»	2-1 балл

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] :учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. —Электрон.дан. — Москва : Дашковик, 2017. — 488 с. —Режимдоступа: <https://e.lanbook.com/book/93416>
2. Ларионова, И.А. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] :учебное пособие / И.А. Ларионова. —Электрон.дан. —Москва :МИСИС, 2015. — 42 с. — Режимдоступа: <https://e.lanbook.com/book/69750>.
3. Федотова, Л.Н. Социология рекламной деятельности [Электронный ресурс] :учебник / Л.Н. Федотова. —Электрон.дан. —Москва :МГУ имени М.В.Ломоносова, 2014. — 456 с. — Режимдоступа: <https://e.lanbook.com/book/99333>

4. Николайшвили, Г.Г. Социальная реклама: Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Г.Г.. — Электрон. дан. — Москва : АспектПресс, 2008. — 191 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68860>.
5. Чумиков, А.Н. Антикризисные коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. дан. — Москва : АспектПресс, 2013. — 172 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/69083>
6. Чумиков, А.Н. Реклама и связь с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. дан. — Москва : АспектПресс, 2016. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97267>.
7. Алексунин, В.А. Маркетинговые коммуникации: Практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Алексунин, Е.В. Дубаневич, Е.Н. Скляр. — Электрон. дан. — Москва : ДашковиК, 2016. — 196 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93365>.

Дополнительная литература:

1. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. дан. — Москва : АспектПресс, 2014. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68864>
2. Шарков, Ф.И. Коммуникология: теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : учебник / Ф.И. Шарков. — Электрон. дан. — Москва : ДашковиК, 2017. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/103723>
3. Власова, М.Л. Социологические методы в маркетинговых 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>
4. 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>.
5. 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>.
6. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.М. Наумова. — Электрон. дан. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. — 248 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/76552>.
7. 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>.
8. Барезев, В.А. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Барезев. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : ИЭОСПБУТУиЭ, 2005. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/63736>.
9. 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>
10. Годин, А.М. Брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.М. Годин. — Электрон. дан. — Москва : ДашковиК, 2016. — 184 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93371>
11. Емельянов, С.М. Связь с общественностью в организациях: Электронное учебное пособие [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.М. Емельянов, А.А. Марков. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : ИЭОСПБУТУиЭ, 2009. — 156 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/63845>
12. Загородников, А.Н. Управление общественными связями в бизнесе (для бакалавров) [Электронный ресурс] : учебник / А.Н. Загородников. — Электрон. дан. — Москва : КноРус, 2014. — 288 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/53571>

13. Калинин, О.И. Оценка и управление деловой репутацией компании [Электронный ресурс] : монография / О.И. Калинин. — Электрон. дан. — Москва : МИСИС, 2014. — 241 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/64471>
14. Квят, А.Г. Методологические основы связей с общественностью: курс лекций [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Г. Квят. — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2012. — 175 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/12888>
15. Квят, А.Г. Методологические основы связей с общественностью: практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Г. Квят. — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2012. — 52 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/12887>.
16. Кузнецов, П.А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии [Электронный ресурс] / П.А. Кузнецов. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 296 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/107008>
17. Сальникова, Л.С. Управление репутацией [Электронный ресурс] : сборник научных трудов / Л.С. Сальникова. — Электрон. дан. — Москва : МГИМО, 2012. — 80 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/46309>
18. Шарков, Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации и 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>
19. 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>
20. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории и коммуникации [Электронный ресурс] : учебник / Ф.И. Шарков. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 488 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93436>
21. Шарков, Ф.И. Коммуникология: энциклопедический словарь-справочник [Электронный ресурс] : словарь-справочник / Ф.И. Шарков. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 766 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93477>
22. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж-бренд фирмы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф.И. Шарков. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93478>

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

№	Информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме
1	http://www.nir.ru/socio/scipubl/socis.htm	Журнал «Социологические исследования»
3	http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm	Социологические журналы в Web
4	http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm	Российские социологические журналы
7	www.ecsocman.edu.ru	Портал по социологии, экономике и менеджменту
8	http://sociology.extrim.ru/bibl.htm	Библиотека социолога

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор №104 от 17.06.2013 г.)
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор №114 от 12.11.2014 г.)

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

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	2	3
<p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 310 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4),</p> <p>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: аудитория № 310 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4),</p> <p>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 419 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 310 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4),</p> <p>4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 419 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 310 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4),</p> <p>5. помещения для самостоятельной работы: читальный зал № 5 (гуманитарный корпус, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p>6. помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: аудитория № 305 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	<p>Аудитория № 310 Учебная мебель, доска.</p> <p>Аудитория № 419 Лаборатория ИТ Учебная мебель, шкафы, моноблоки Моноблок Lenovo ThinkCentre All-in-One 2048MB 320GB, инв. номер 410134000000704-410134000000718 (15 штук).</p> <p>Аудитория № 421 Лаборатория ИТ Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX 660, экран настенный Classic Norma 244*183. Компьютер в сборе (Системный блок Power Cool/ Core i3-8100(3.6)/ 8 Gb/HDD 1 Тб/DVD-RW/450W/ Win 10 Pro/Кл-ра USB/ Мышь USB/ LCD Монитор 21,5") (16 шт.)</p> <p>Читальный зал № 5 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер Kyocera M130 – 1 шт., сканер Epson V33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0", 2 GB, Моноблок IRu 502, 21.5", Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p> <p>Аудитория № 305 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, орг. техника.</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные.</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные.</p> <p>3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License.</p> <p>4. Windows 10. Предустановленная. Договор № 004 от 19.03.2019 г. Лицензии – Бессрочная.</p>

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

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «**ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ**»
 (наименование дисциплины)

на 3 семестр обучения

очная

на 3 семестр **очной формы** обучения, на 3 сессию 2 курса заочной формы обучения

Вид работы	очная форма, 3 семестр	заочная форма, 2 курс, 3 сессия
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	108/3	108/3
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	23,2	27,2
лекций	10	10
практических/ семинарских лабораторных	12	16
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	50	74,2
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (контроль)	34,8	6,6

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
НАИМЕНОВАНИЕ ФИЛИАЛА
НАИМЕНОВАНИЕ ФАКУЛЬТЕТА (ИНСТИТУТА)

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины **ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ** на 3 семестр

очная форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3 / 108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	23,2
лекций	10
практических/ семинарских	12
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	50
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	34,8

Форма контроля:
Экзамен 3 семестр

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 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		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
Всего часов:		10	12		50			экзамен

Заочная форма обучения

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)	Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости

		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР	там (номера из списка)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	<p>Занятие № 1 Связи с общественностью в интегрированных коммуникациях</p> <p>1 Особенности социологического изучения связей с общественностью</p> <p>2 Модели связей с общественностью: социальные, политические, экономические и технологические факторы</p> <p>3. Анализ общественности как социального феномена (на основе анализа опросов общественного мнения)</p>	2	2		12	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс-задания
2.	<p>Занятие № 2 Реклама в интегрированных коммуникациях</p> <p>1. Особенности социологического подхода к исследованию рекламы</p> <p>2. Сегментация аудитории рекламы (на примере определенной актуальной рекламы)</p> <p>3. Факторы восприятия рекламы в различных сегментах целевой аудитории</p>	2	2		12	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс
3.	<p>Занятие № 3. Типы и социальные функции бренда</p> <p>1. Социальные и экономические факторы сильных брендов</p> <p>2. Бренд и престижное потребление (на конкретных примерах)</p> <p>3. Социальный бренд территорий (на примере РБ).</p>	-	2		12	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс
4.	<p>Занятие №4. Социология журналистики</p> <p>1. Социальные функции СМИ и журналистики как профессии</p> <p>2. Социологическая компетентность / некомпетентность журналиста (на примере конкретных журналистских материалов)</p> <p>3. Реклама и связи с общественностью в масс-медиа: контент-анализ республиканских СМИ</p>	2	2		12	в плане семинарских занятий	в плане семинарских занятий	групповой и индивидуальный опрос, кейс
5	Занятие №5. Социальные сети	2	4		12	в плане се-	в плане	групповой и индиви-

	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.					минарских занятий	семинарских занятий	дуальный 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
	Всего часов:	10	16		74,2			экзамен

