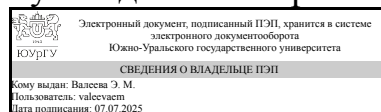


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель направления



Э. М. Валеева

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины** 1.Ф.09.М2.01 Теория и практика интегрированных коммуникаций  
**для направления** 39.03.01 Социология

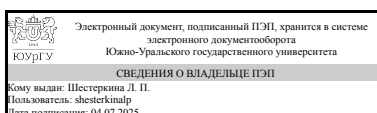
**уровень** Бакалавриат

**форма обучения** очная

**кафедра-разработчик** Журналистика, реклама и связи с общественностью

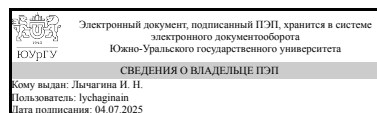
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утверждённым приказом Минобрнауки от 05.02.2018 № 75

Зав.кафедрой разработчика,  
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,  
к.пед.н., доц., доцент



И. Н. Лычагина

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: Формирование у студентов теоретического осмысления и навыков профессиональной работы в области современных интегрированных коммуникаций как науки, отрасли бизнеса и средства политики. Задачи: - сформировать у студентов знания о различных аспектах деятельности в области интегрированных маркетинговых коммуникаций; - сформировать навыки совместного применения инструментов PR и рекламы в плане более эффективного воздействия на целевую аудиторию коммуникационной программы компании, бренда; – изучить инструментарий интегрированных коммуникаций; – изучить основные методы влияния на целевые аудитории в сфере связей с общественностью на основе информационных коммуникационных технологий.

## Краткое содержание дисциплины

Дисциплина рассматривает принципиальные положения и современные тенденции развития сферы интегрированных коммуникаций, специфику рекламной и PR-деятельности предприятий, основы маркетинга и брендинга, особенности коммуникаций в кросс-культурном контексте. Образовательный процесс построен на интеграции теоретических и практических занятий с использованием технологий коллективного освоения материала и участия в реальных проектах. Дисциплина подробно рассматривает принципиальные положения интегрированных коммуникаций, специфику PR-деятельности современного предприятия.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)                                                                                              | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | Знает: основные понятия, структуру и законы коммуникации, историю социальной коммуникации, основные модели коммуникации; профессиональные задачи и функции в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; основные запросы и потребности общества и собственного опыта по управлению ситуацией.<br>Умеет: анализировать основные проблемы саморазвития, социальной коммуникации, интегрированных коммуникаций, используя коммуникационные категории; решать профессиональные задачи и совершенствовать профессиональные навыки в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; предвидеть, выявлять и прогнозировать потребности целевых аудиторий; проводить анализ маркетинговой среды предприятия, осуществлять выбор инструментов маркетинга; определять методику оценки эффективности маркетинговых мероприятий; строить |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>стандартные прогнозы в профессиональной деятельности, направленные на удовлетворение общественных потребностей; применять практические навыки при работе с аудиторией</p> <p>Имеет практический опыт: изучения, анализа и самоорганизации и организации групповой коммуникации; опыт групповой дискуссии; осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; выявления ключевых запросов общества, определения потребностей реальных и потенциальных целевых групп; использования инструментов для анализа микро и макросреды; выбора инструментов комплекса маркетинга; использования и анализа эффективности применения маркетинговых технологий; применения современных методик анализа и интерпретации полученных результатов в рамках профессиональной деятельности</p> |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Нет                                                           | <p>1.Ф.09.М3.03 Основы проектной деятельности,</p> <p>1.Ф.09.М1.03 Цифровизация и критическое мышление,</p> <p>1.Ф.09.М7.02 Современные подходы к организации бизнеса,</p> <p>1.Ф.09.М1.02 Практики цифровой детоксикации,</p> <p>1.Ф.09.М5.03 Информационные технологии в управлении организационными структурами,</p> <p>1.Ф.09.М4.03 Технологии формирования делового имиджа и межличностная коммуникация,</p> <p>1.О.10 Психология,</p> <p>1.Ф.09.М6.02 Методика создания VR-проекта,</p> <p>1.Ф.09.М2.02 Основы бренд-проектирования и дизайн бренда,</p> <p>1.Ф.09.М3.02 Основы предпринимательства</p> |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 72,5 ч. контактной работы

| Вид учебной работы                                                         | Всего часов | Распределение по семестрам |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------------------|
|                                                                            |             | в часах                    |
|                                                                            |             | Номер семестра             |
|                                                                            |             | 3                          |
| Общая трудоёмкость дисциплины                                              | 144         | 144                        |
| <i>Аудиторные занятия:</i>                                                 | 64          | 64                         |
| Лекции (Л)                                                                 | 32          | 32                         |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 32          | 32                         |
| Лабораторные работы (ЛР)                                                   | 0           | 0                          |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>                                        | 71,5        | 71,5                       |
| Выполнение заданий (подготовка PR-текстов, аналитики)                      | 31          | 31                         |
| Подготовка докладов, рефератов)                                            | 40,5        | 40,5                       |
| Консультации и промежуточная аттестация                                    | 8,5         | 8,5                        |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)                                   | -           | диф.зачет                  |

## 5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины                                             | Объем аудиторных занятий по видам в часах |    |    |    |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----|----|----|
|           |                                                                              | Всего                                     | Л  | ПЗ | ЛР |
| 1         | Коммуникация как процесс и структура                                         | 12                                        | 6  | 6  | 0  |
| 2         | Интегрированные маркетинговые коммуникации                                   | 12                                        | 6  | 6  | 0  |
| 3         | Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций                 | 16                                        | 8  | 8  | 0  |
| 4         | Связи с общественностью в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций | 24                                        | 12 | 12 | 0  |

### 5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия                                                 | Кол-во часов |
|----------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1        | 1         | История возникновения и развития коммуникации                                                           | 2            |
| 2        | 1         | Структурные модели коммуникации                                                                         | 2            |
| 3        | 1         | Вербальная и невербальная коммуникация                                                                  | 2            |
| 4        | 2         | Маркетинговые коммуникации в комплексе маркетинга.                                                      | 2            |
| 5        | 2         | Виды маркетинговых коммуникаций.                                                                        | 2            |
| 6        | 2         | Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций.                                                   | 2            |
| 7,8      | 3         | Реклама: сущность, направления, цели, задачи, коммуникационные характеристики, классификация рекламы    | 4            |
| 9        | 3         | Рекламные средства и рекламное обращение                                                                | 2            |
| 10       | 3         | Фирменный стиль, товарный знак, брендинг.                                                               | 2            |
| 11       | 4         | Связи с общественностью в системе ИМК. Множественность подходов к определению.                          | 2            |
| 12       | 4         | Общественность и общественное мнение                                                                    | 2            |
| 13       | 4         | История, основные этапы становления и развития СО как научной области и сферы практической деятельности | 2            |

|    |   |                                                                                          |   |
|----|---|------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 14 | 4 | СО и взаимосвязь с другими смежными сферами                                              | 2 |
| 15 | 4 | Регулирование сферы общественных отношений. Этические кодексы в связях с общественностью | 2 |
| 16 | 4 | СО как средство имиджирования. Корпоративный имидж                                       | 2 |

## 5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара                                     | Кол-во часов |
|-----------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1         | 1         | История возникновения и развития коммуникации                                                           | 2            |
| 2         | 1         | Структурные модели коммуникации                                                                         | 2            |
| 3         | 1         | Вербальная и невербальная коммуникация                                                                  | 2            |
| 4         | 2         | Маркетинговые коммуникации в комплексе маркетинга.                                                      | 2            |
| 5         | 2         | Виды маркетинговых коммуникаций.                                                                        | 2            |
| 6         | 2         | Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций.                                                   | 2            |
| 7,8       | 3         | Реклама: сущность, направления, цели, задачи, коммуникационные характеристики, классификация рекламы    | 4            |
| 9         | 3         | Рекламные средства и рекламное обращение                                                                | 2            |
| 10        | 3         | Фирменный стиль, товарный знак, брендинг.                                                               | 2            |
| 11        | 4         | Связи с общественностью в системе ИМК. Множественность подходов к определению.                          | 2            |
| 12        | 4         | Общественность и общественное мнение                                                                    | 2            |
| 13        | 4         | История, основные этапы становления и развития СО как научной области и сферы практической деятельности | 2            |
| 14        | 4         | СО и взаимосвязь с другими смежными сферами                                                             | 2            |
| 15        | 4         | Регулирование сферы общественных отношений. Этические кодексы в связях с общественностью                | 2            |
| 16        | 4         | СО как средство имиджирования. Корпоративный имидж                                                      | 2            |

## 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

## 5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                    |         |              |
|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|
| Подвид СРС                                            | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс                                                                                                                                                                                         | Семестр | Кол-во часов |
| Выполнение заданий (подготовка PR-текстов, аналитики) | Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : теория и практика [Текст] учебник для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2008. - 557 с. | 3       | 31           |
| Подготовка докладов, рефератов)                       | Реклама и связи с общественностью в новых медиа : учеб. пособие для студентов специальностей 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и 42.03.02 "Журналистика" / Е. Н.                                                                                        | 3       | 40,5         |

|  |                                                                                                                                                                                                               |  |  |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|  | Васильева и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной, Л. К. Лободенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Журналистика, реклама и связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2023. - 304, [1] с. |  |  |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|

## 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Се-местр | Вид контроля     | Название контрольного мероприятия | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Учитывается в ПА         |
|------|----------|------------------|-----------------------------------|-----|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 1    | 3        | Текущий контроль | Модели коммуникации               | 1   | 5          | 5 баллов – работа представлена своевременно, задание выполнено самостоятельно, полностью;<br>4 баллов – работа представлена своевременно, задания выполнены самостоятельно, с достаточной степенью полноты;<br>3 баллов – работа представлена с задержкой, задание выполнено с достаточной степенью самостоятельности, задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию;<br>2 баллов – работа представлена со значительной задержкой, материал скомпилирован, задание незакончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала;<br>0-1 баллов – задание не выполнено. | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                            |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                          |
|---|---|------------------|----------------------------|---|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 2 | 3 | Текущий контроль | Невербальная коммуникация  | 1 | 5 | <p>5 баллов – работа представлена своевременно, задание выполнено самостоятельно, полностью;</p> <p>4 баллов – работа представлена своевременно, задания выполнены самостоятельно, с достаточной степенью полноты;</p> <p>3 баллов – работа представлена с задержкой, задание выполнено с достаточной степенью самостоятельности, задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию;</p> <p>2 баллов – работа представлена со значительной задержкой, материал скомпилирован, задание незакончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала;</p> <p>0-1 баллов – задание не выполнено.</p> | дифференцированный зачет |
| 3 | 3 | Текущий контроль | Позиционирование в рекламе | 1 | 5 | <p>5 баллов – работа представлена своевременно, задание выполнено самостоятельно, полностью;</p> <p>4 баллов – работа представлена своевременно, задания выполнены самостоятельно, с достаточной степенью полноты;</p> <p>3 баллов – работа представлена с задержкой, задание выполнено с достаточной степенью самостоятельности, задание выполнено</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                                       |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          |
|---|---|------------------|---------------------------------------|---|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  |                                       |   |   | удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию;<br>2 баллов – работа представлена со значительной задержкой, материал скомпилирован, задание незакончено, раскрыто<br>неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала;<br>0-1 баллов – задание не выполнено.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          |
| 4 | 3 | Текущий контроль | Интеграция маркетинговых коммуникаций | 1 | 5 | 5 баллов – работа представлена своевременно, задание выполнено самостоятельно, полностью;<br>4 баллов – работа представлена своевременно, задания выполнены самостоятельно, с достаточной степенью полноты;<br>3 баллов – работа представлена с задержкой, задание выполнено с достаточной степенью самостоятельности, задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию;<br>2 баллов – работа представлена со значительной задержкой, материал скомпилирован, задание незакончено, раскрыто<br>неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала;<br>0-1 баллов – задание не выполнено. | дифференцированный зачет |
| 5 | 3 | Текущий контроль | PR-информация                         | 1 | 5 | 5 баллов – работа представлена своевременно, задание выполнено                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |             |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          |
|---|---|------------------|-------------|---|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  |             |   |   | самостоятельно, полностью;<br>4 баллов – работа представлена своевременно, задания выполнены самостоятельно, с достаточной степенью полноты;<br>3 баллов – работа представлена с задержкой, задание выполнено с достаточной степенью самостоятельности, задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию;<br>2 баллов – работа представлена со значительной задержкой, материал скомпилирован, задание незакончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала;<br>0-1 баллов – задание не выполнено. |                          |
| 6 | 3 | Текущий контроль | Пресс-релиз | 1 | 1 | 5 баллов – работа представлена своевременно, задание выполнено самостоятельно, полностью;<br>4 баллов – работа представлена своевременно, задания выполнены самостоятельно, с достаточной степенью полноты;<br>3 баллов – работа представлена с задержкой, задание выполнено с достаточной степенью самостоятельности, задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию;                                                                                                                                                                     | дифференцированный зачет |

|   |   |                          |                    |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          |
|---|---|--------------------------|--------------------|---|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                          |                    |   |   | 2 баллов – работа представлена со значительной задержкой, материал скомпилирован, задание незакончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала;<br>0-1 баллов – задание не выполнено.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          |
| 7 | 3 | Текущий контроль         | Имиджевое интервью | 1 | 3 | 5 баллов – работа представлена своевременно, задание выполнено самостоятельно, полностью;<br>4 баллов – работа представлена своевременно, задания выполнены самостоятельно, с достаточной степенью полноты;<br>3 баллов – работа представлена с задержкой, задание выполнено с достаточной степенью самостоятельности, задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию;<br>2 баллов – работа представлена со значительной задержкой, материал скомпилирован, задание незакончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала;<br>0-1 баллов – задание не выполнено. | дифференцированный зачет |
| 8 | 3 | Промежуточная аттестация | зачет              | - | 5 | На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | дифференцированный зачет |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |
|--|--|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |  |  | <p>контроля и промежуточной аттестации. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p> <p>Мероприятие промежуточной аттестации проводится в случае, если обучающийся имеет рейтинг по дисциплине с учетом текущего контроля менее 60 процентов, или желает повысить рейтинг.</p> <p>Отлично - 36-40 баллов;<br/>хорошо - 31-35 баллов;<br/>удовлетворительно - 21-30 баллов;<br/>неудовлетворительно - 0-20 баллов</p> |  |
|--|--|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения                                                                                                                                                                                                                                                | Критерии оценивания                     |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| зачет                        | При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Зачет проходит в форме устного ответа на вопросы, в билете два вопроса. | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

## 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

| Компетенции | Результаты обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | № КМ |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---|---|---|---|---|---|---|
|             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 1    | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| УК-6        | Знает: основные понятия, структуру и законы коммуникации, историю социальной коммуникации, основные модели коммуникации; профессиональные задачи и функции в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; основные запросы и потребности общества и собственного опыта по управлению ситуацией. | +    |   |   |   | + |   |   | + |
| УК-6        | Умеет: анализировать основные проблемы саморазвития, социальной коммуникации, интегрированных коммуникаций, используя коммуникационные категории; решать профессиональные задачи и совершенствовать профессиональные навыки в области рекламы в                                                                                                              |      | + | + |   |   | + |   | + |



журналистики, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск :  
Издательский Центр ЮУрГУ, 2016. - 210, [1] с.

*в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

1. PR в России : междунар. проф. журн. / Изд. дом "Соврем. экономика". - М.. -. URL: <http://www.prjournal.ru/>
2. Реклама. Теория и практика : ежекв. журн.: 16+ / ЗАО "Издат. дом Гребенникова". - М., 2006-2016. -
3. Пресс-служба : всерос. специализир. журн.: 16+ / Издат. дом "Имидж-Медиа". - М., 2011-2016. -
4. Маркетинговые коммуникации : 16+ / ЗАО "Издат. дом Гребенникова". - М., 2002-. -. URL: <http://www.grebennikoff.ru/product/1/>

*г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. Лычагина, И. Н. Основы интегрированных коммуникаций / И.Н. Лычагина. – Часть II. Связи с общественностью. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 88 с. – 5,5 п. л.
2. Основы рекламы: рекламное обращение в системе маркетинговых коммуникаций: методические указания по практическим занятиям / сост. А.Б. Череднякова, — Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, Ч. I. 2010. — 23 с.
3. Лычагина, И.Н. Паблик рилейшнз: учебное пособие по практическим занятиям /И.Н. Лычагина. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 75 с.
4. Череднякова, А. Б. Основы интегрированных коммуникаций / А. Б. Череднякова. – Часть I. Реклама. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2011. – 203 с. – 12,7 п. л.
5. Основы рекламы: средства рекламы в системе маркетинговых коммуникаций: методические указания по практическим занятиям / сост. А.Б. Череднякова, — Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, Ч. II. 2010. — 23 с

*из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

1. Лычагина, И. Н. Основы интегрированных коммуникаций / И.Н. Лычагина. – Часть II. Связи с общественностью. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 88 с. – 5,5 п. л.
2. Основы рекламы: рекламное обращение в системе маркетинговых коммуникаций: методические указания по практическим занятиям / сост. А.Б. Череднякова, — Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, Ч. I. 2010. — 23 с.
3. Лычагина, И.Н. Паблик рилейшнз: учебное пособие по практическим занятиям /И.Н. Лычагина. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 75 с.
4. Череднякова, А. Б. Основы интегрированных коммуникаций / А. Б. Череднякова. – Часть I. Реклама. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2011. – 203 с. – 12,7 п. л.
5. Основы рекламы: средства рекламы в системе маркетинговых коммуникаций: методические указания по практическим занятиям / сост. А.Б. Череднякова, — Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, Ч. II. 2010. — 23 с

| № | Вид литературы                                           | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---|----------------------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Методические пособия для самостоятельной работы студента | Электронный каталог ЮУрГУ                | Череднякова, А. Б. Основы интегрированных коммуникаций [Текст] Ч. 1 Реклама учеб. пособие по направлению 031600 "Реклама и связи с общественностью" А. Б. Череднякова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг. коммуникации ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2012. - 201, [1] с. ил. электрон. версия<br><a href="http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000498854">http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000498854</a> |
| 2 | Методические пособия для самостоятельной работы студента | Электронный каталог ЮУрГУ                | Череднякова, А. Б. Немедийные коммуникации [Электронный ресурс] : метод. указания / А. Б. Череднякова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг. коммуникации ; ЮУрГУ<br><a href="http://www.lib.susu.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000555706">http://www.lib.susu.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000555706</a>                                                                                                                                                        |

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий                     | № ауд.  | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Самостоятельная работа студента | 410 (1) | Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе»<br>Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт. |
| Практические занятия и семинары | 410 (1) | Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе»<br>Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт. |
| Дифференцированный зачет        | 454 (1) | Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|        |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        |            | Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта<br>ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4.<br>Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование:<br>1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –<br>1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Лекции | 410<br>(1) | Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н.<br>Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе»<br>Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с<br>выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную<br>среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт.<br>Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими<br>средствами обучения, состав которых определяется в рабочих<br>программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование:<br>1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт |