

«

»

“ ”

“ ”

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
Основы интегрированных коммуникаций**

: 42.03.01

, :

: 2,

: 3 4

		3	4
1	( )	0	5
2		0	180
3	, .	2	21
4	, .	2	4
5	, .	0	6
6	, .	0	0
7	, .	2	6
8	, .	0	2
9	, .		9
10	, .	0	157
11	( , , )		
12			

( ): 42.03.01

997 11.08.2016 ., : 25.08.2016 .

: 1,

( ): 42.03.01

, 10 20.06.2017

, 6 21.06.2017

:

, . . . . .

:

, - . . .

:

. . .

# 1.

1.1

<b>Компетенция ФГОС: ОК.1 способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; в части следующих результатов обучения:</b>	
2.	,
<b>Компетенция ФГОС: ОПК.4 умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; в части следующих результатов обучения:</b>	
1.	
<b>Компетенция ФГОС: ОПК.5 умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; в части следующих результатов обучения:</b>	
1.	
<b>Компетенция ФГОС: ОПК.6 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; в части следующих результатов обучения:</b>	
1.	-

# 2.

2.1

	(	
	,	
	,	
	)	

<b>.1. 2</b>	,	
1.Знать основные теории коммуникации		; ;
<b>.4. 1</b>		
2.Знать инструменты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий		; ;
<b>.5. 1</b>		
3.Знать технологию проведения коммуникационных кампаний и мероприятий		; ;
<b>.6. 1</b>		
	-	
4.Знать способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		; ;

# 3.

3.1

	,	.		
<b>: 3</b>				
	:		<b>PR</b>	

1.	.	1	1	1, 2, 3, 4	
3.		0,5	0,5	1, 2, 3, 4	
:					
4.	" "	0,5	0,5	1, 2, 3, 4	
: 4					
: PR					
2.		0	1	1, 2, 3, 4	
: PR					
6.	-	1	1	1, 2, 3, 4	
: PR					
7.	"	1	1	1, 2, 3, 4	
PR": , , :					
: PR					
8.		1	1	1, 2, 3, 4	

3.2

	, .				
: 4					
:					
1.		1	2	1, 2, 3, 4	
: PR					
2.		1	2	1, 2, 3, 4	
: PR					
3.	PR	1	2	1, 2, 3, 4	

4.

: 3					
1			1, 2, 3, 4	20	0
: [ ]: 031600 - [ , , , ]/ . . ; . . . . . , [2014]. - : http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196887. - . . . . .					
2			1, 2, 3, 4	47	5
: [ ]: 031600 - [ , , , ]/ . . ; . . . . . , [2014]. - : http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196887. - . . . . .					

<b>: 4</b>				
1		1, 2, 3, 4	37	5
: . . . . . , 2016. - 89, [1] . : . , .. - / . . . ; http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000229221				
2		1, 2, 3, 4	50	4
: . . . . . , 2016. - 89, [1] . : . , .. - / . . . ; http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000229221				
3		1, 2, 3, 4	30	0
: . . . . . , 2016. - 89, [1] . : . , .. - / . . . ; http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000229221				
4		1, 2, 3, 4	40	0
: . . . . . , 2016. - 89, [1] . : . , .. - / . . . ; http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000229221				

**5.**

- , ( . 5.1).

5.1

	-
	e-mail; ;
	e-mail; ;
	;

**6.**

( ),

- ECTS.

. 6.1.

6.1

<b>: 4</b>	
<i>Лекция:</i>	20
: . . . . . ( ) , 2016. - 89, [1] . : . , .. - " : http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000229221" / . . . ;	
<i>Практические занятия:</i>	30
: . . . . . ( ) , 2016. - 89, [1] . : . , .. - " : http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000229221" / . . . ;	
<i>Курсовой проект: Итого</i>	30
: . . . . . ( ) , 2016. - 89, [1] . : . , .. - " : http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000229221" / . . . ;	
<i>Экзамен:</i>	20
: . . . . . ( ) , 2016. - 89, [1] . : . , .. - " : http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000229221" / . . . ;	

		/	
.1	2.	+	+
.4	1.	+	+
.5	1.	+	+
.6	1.	+	+

1

## 7.

1. Голубкова Е. Н. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. Н. Голубкова. - М., 2011. - 328, [2] с. : табл.
  2. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : [учебное пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью"] / А. Н. Чумиков. - Москва, 2014. - 157, [2] с. : ил., табл.
  3. Песоцкий Е. Реклама : учебно-практическое пособие / Е. Песоцкий. - Москва, 2015
  4. Коноваленко В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум [для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям] / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед ; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - Москва, 2014. - 485, [1] с. : табл.
  5. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие [для вузов по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью"] / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникацион. систем и технологий. - М., 2011. - 323, [1] с.
- 
1. Гринберг Т. Э. Политические технологии. PR и реклама : учебное пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / Т. Э. Гринберг. - М., 2006. - 316, [1] с.
  2. Шарков Ф. И. Интегрированные рекламные коммуникации : учебник по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - М., 2004. - 269 с.
  3. Ольшанский Д. В. Политический консалтинг : учебное пособие для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" / Д. В. Ольшанский, В. Ф. Пеньков. - СПб., 2005. - 447 с. : ил.
  4. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. Теория и практика : учебное пособие по специальности "Связи с общественностью" / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - М., 2006. - 551 с., [24] л. цв. ил. : ил., табл.

1. ЭБС НГТУ : <http://elibrary.nstu.ru/>
2. ЭБС «Издательство Лань» : <https://e.lanbook.com/>
3. ЭБС IPRbooks : <http://www.iprbookshop.ru/>
4. ЭБС "Znanium.com" : <http://znanium.com/>
5. :

## 8.

### 8.1

1. Сергеева З. Н. Основы интегрированных коммуникаций : учебное пособие / З. Н. Сергеева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2016. - 89, [1] с. : ил., табл. - Режим доступа: [http://elibrary.nstu.ru/source?bib\\_id=vtls000229221](http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000229221)
2. Сергеева З. Н. Консалтинг в связях с общественностью [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс [для студентов ФГО, ЗФ, ИДО направления 031600 Реклама и связи с общественностью] / З. Н. Сергеева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: [http://elibrary.nstu.ru/source?bib\\_id=vtls000196887](http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196887). - Загл. с экрана.

### 8.2

- 1 Windows
- 2 Office

## 9.

-

1	(                    -                    ,                    ,                    )	,

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра социологии и массовых коммуникаций

“УТВЕРЖДАЮ”  
ДЕКАН ФГО  
д.ф.н., профессор М.В. Ромм  
“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_ г.

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

#### **Основы интегрированных коммуникаций**

Образовательная программа: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль:  
Социальные коммуникации

# 1. Обобщенная структура фонда оценочных средств учебной дисциплины

Обобщенная структура фонда оценочных средств по дисциплине интегрированных коммуникаций приведена в Таблице.

Основы

Таблица

Формируемые компетенции	Показатели сформированности компетенций (знания, умения, навыки)	Темы	Этапы оценки компетенций	
			Мероприятия текущего контроля (курсовой проект, РГЗ(Р) и др.)	Промежуточная аттестация (экзамен, зачет)
ОК.1 способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	з2. Знать основные теории, формирующие мировоззренческие позиции в условиях современного общества	Специфика PR деятельности в некоммерческих организациях и социальной сферы Агитационно-печатные материалы Каналы коммуникаций Коммуникационная стратегия организации Корпоративная социальная ответственность Понятие "государственный PR": цель, задачи, функции Понятие "интегрированные маркетинговые коммуникации" Характеристики определения целевой аудитории в коммерческой сфере. Электоральные кластеры Электорат	Курсовой проект	Экзамен, вопросы 1-10
ОПК.4 умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	з1. Знать инструменты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий	Специфика PR деятельности в некоммерческих организациях и социальной сферы Агитационно-печатные материалы Каналы коммуникаций Коммуникационная стратегия организации Корпоративная социальная ответственность Понятие "государственный PR": цель, задачи, функции Понятие "интегрированные маркетинговые коммуникации" Характеристики определения целевой аудитории в коммерческой сфере. Электоральные кластеры Электорат	Курсовой проект	Экзамен, вопросы 1-10
ОПК.5 умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	з1. Знать технологию проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	Специфика PR деятельности в некоммерческих организациях и социальной сферы Агитационно-печатные материалы Каналы коммуникаций Коммуникационная стратегия организации Корпоративная социальная ответственность Понятие "государственный PR": цель, задачи, функции Понятие "интегрированные маркетинговые коммуникации" Характеристики определения	Курсовой проект	Экзамен, вопросы 1-10

		целевой аудитории в коммерческой сфере. Электоральные кластеры Электорат		
ОПК.6 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	з1. Знать способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Специфика PR деятельности в некоммерческих организациях и социальной сферы Агитационно-печатные материалы Каналы коммуникаций Коммуникационная стратегия организации Корпоративная социальная ответственность Понятие "государственный PR": цель, задачи, функции Понятие "интегрированные маркетинговые коммуникации" Характеристики определения целевой аудитории в коммерческой сфере. Электоральные кластеры Электорат	Курсовой проект	Экзамен, вопросы 1-10

## 2. Методика оценки этапов формирования компетенций в рамках дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в 4 семестре - в форме экзамена, который направлен на оценку сформированности компетенций ОК.1, ОПК.4, ОПК.5, ОПК.6.

Форма проведения экзамена - устный экзамен по билетам.

Кроме того, сформированность компетенций проверяется при проведении мероприятий текущего контроля, указанных в таблице раздела 1.

В 4 семестре обязательным этапом текущей аттестации является курсовой проект. Требования к выполнению курсового проекта, состав и правила оценки сформулированы в паспорте курсового проекта.

Общие правила выставления оценки по дисциплине определяются балльно-рейтинговой системой, приведенной в рабочей программе учебной дисциплины.

На основании приведенных далее критериев можно сделать общий вывод о сформированности компетенций ОК.1, ОПК.4, ОПК.5, ОПК.6, за которые отвечает дисциплина, на разных уровнях.

### Общая характеристика уровней освоения компетенций.

**Ниже порогового.** Уровень выполнения работ не отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы могут носить существенный характер, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы не достаточно, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнены или выполнены с существенными ошибками.

**Пороговый.** Уровень выполнения работ отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

**Базовый.** Уровень выполнения работ отвечает всем основным требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения

учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

**Продвинутый.** Уровень выполнения работ отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

## Паспорт экзамена

по дисциплине «Основы интегрированных коммуникаций», 4 семестр

### 1. Методика оценки

Экзамен проводится в устной (письменной) форме, по билетам (тестам). Билет формируется по следующему правилу: первый вопрос выбирается из диапазона вопросов \_\_\_\_, второй вопрос из диапазона вопросов \_\_\_\_ (список вопросов приведен ниже). В ходе экзамена преподаватель вправе задавать студенту дополнительные вопросы из общего перечня (п. 4).

### Форма экзаменационного билета

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
Факультет ФГО

Билет № \_\_\_\_\_

к экзамену по дисциплине «Основы интегрированных коммуникаций»

---

1. Вопрос 1. Агитационно-печатные материалы
2. Вопрос 2. Электорат
3. модель RACE.

Утверждаю: зав. кафедрой \_\_\_\_\_ должность, ФИО  
(подпись)

(дата)

### 2. Критерии оценки

- Ответ на экзаменационный билет (тест) считается **неудовлетворительным**, если студент при ответе на вопросы не дает определений основных понятий, не способен показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает принципиальные ошибки, оценка составляет *менее 50 баллов*.

- Ответ на экзаменационный билет (тест) засчитывается на **пороговом** уровне, если студент при ответе на вопросы дает определение основных понятий, может показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает не принципиальные ошибки, оценка составляет *50-72 баллов*.
- Ответ на экзаменационный билет (тест) билет засчитывается на **базовом** уровне, если студент при ответе на вопросы формулирует основные понятия, законы, дает характеристику процессов, явлений, проводит анализ причин, условий, может представить качественные характеристики процессов, не допускает ошибок, оценка составляет *73-85 баллов*.
- Ответ на экзаменационный билет (тест) билет засчитывается на **продвинутом** уровне, если студент при ответе на вопросы проводит сравнительный анализ подходов, проводит комплексный анализ, выявляет проблемы, предлагает механизмы решения, способен представить количественные характеристики определенных процессов, приводит конкретные примеры из практики, не допускает ошибок и способен обосновать выбор метода решения профессиональной задачи, оценка составляет *86-100 баллов*.

### **3. Шкала оценки**

Экзамен оценивается в соответствии с балльно-рейтинговой системой НГТУ, максимальное количество баллов - 40, другие виды учебной деятельности оцениваются не более 60 баллов

В общей оценке по дисциплине экзаменационные баллы учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

#### **4. Вопросы к экзамену по дисциплине «Основы интегрированных коммуникаций»**

1. Специфика PR деятельности в некоммерческих организациях и социальной сферы
2. Агитационно-печатные материалы
3. Каналы коммуникаций
4. Коммуникационная стратегия организации
5. Корпоративная социальная ответственность
6. Понятие "государственный PR": цель, задачи, функции
7. Понятие "интегрированные маркетинговые коммуникации"
8. Характеристики определения целевой аудитории в коммерческой сфере.
9. Электоральные кластеры
10. Электорат

## Паспорт курсового проекта

по дисциплине «Основы интегрированных коммуникаций», 4 семестр

### 1. Методика оценки.

Курсовой проект по дисциплине носит групповой характер, выполняется в микрогруппах по заданию преподавателя.

Задание: - оценивается полнота выполнения задания

Структура – оценивается соответствие структуры к требованиям

Этапы выполнения и защиты: - оценивается планомерность деятельности студентов и качество защиты

#### Оцениваемые позиции:

1. Оформление работы (соответствие требованиям)
2. Полнота раскрытия темы
3. Качество теоретических оснований
4. Обоснованность практических рекомендаций (аналогов)

### 5. Критерии оценки.

- проект считается **не выполненным**, если деятельность компании проанализирована неверно, методология анализа не соответствует модели RACE, оформление работы не соответствует требованиям, оценка составляет менее **50** баллов.
- проект считается выполненным **на пороговом** уровне, если компания проанализирована неточно, методология анализа не вполне соответствует модели RACE, оформление работы не вполне соответствует требованиям, оценка составляет, оценка составляет **50-72** баллов.
- проект считается выполненным **на базовом** уровне, если компания проанализирована, но имеются замечания, методология анализа соответствует модели RACE, оформление работы соответствует требованиям, но имеются недостатки, оценка составляет **73-85** баллов.
- проект считается выполненным **на продвинутом** уровне, если компания проанализирована, методология анализа соответствует модели RACE, оформление работы соответствует требованиям, оценка составляет **86-100** баллов.

### 6. Шкала оценки.

В общей оценке по дисциплине баллы за проект учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

Курсовой проект оценивается самостоятельно по 100- балльной системе., поскольку вносится отдельно в ведомости и зачетную книжку студента

### 7. Примерный перечень тем курсового проекта (работы).

1. Анализ деятельности компании (реальная компания по заданию преподавателя) по модели PR – деятельности RACE. Например:
  - Анализ компании Сеть магазинов-буфетов Японской кухни "ООО Суши Make" по модели PR – деятельности RACE
  - Анализ компании ООО "Ювелирная сеть ЭПЛ Даймонд" по модели PR –

- деятельности RACE
  - Анализ гипермаркета аксессуаров для мобильных устройств "Hello" по модели PR – деятельности RACE
  - Анализ компании ООО "Чистая вода" по модели PR – деятельности RACE
2. **Перечень вопросов к защите курсового проекта (работы).**
1. Данные по PR и рекламной деятельности фирмы, выбранной для анализа
  2. Модель RACE и ее элементы
  3. KPI проекта
  4. План и методология анализа
  5. Выводы по результатам анализа

### **Требования к отчету по курсовому проекту:**

1. Тема курсового проекта и научный руководитель утверждается распоряжением заведующего кафедрой
2. Содержание и структура текста должны включать следующие обязательные элементы:
  1. постановка задачи (вопрос, на который дается ответ в курсовой работе);
  2. введение в проблему;
  3. анализ существующих методологических подходов к решению данной задачи;
  4. основная часть;
  5. система доказательств и научная аргументация;
  6. научный аппарат и библиография.
3. Работа публично защищается с презентацией

### **Требования к оформлению работы**

#### **Требования к оформлению:**

1. Курсовые работы сдаются преподавателю в электронном формате (MS Word) в текущем семестре
2. Первая страница КП должна содержать титульный лист, оформленный по правилам, принятым в НГТУ и содержать следующую информацию:
  - фамилию, имя, отчество автора;
  - Ф.И.О. проверяющего преподавателя;
  - тема КП и номер, дисциплина по которой она выполняется
3. Требования к формату текста:
 

Абзац:

  - Отступ 1см
  - Выравнивание – по ширине
  - Интервал "перед" и "после" - 0

Шрифт

  - Начертание – обычное
  - Размер 14

Страница

  - Ориентация – книжная
  - Поля Верхнее/Нижнее 2 см, Левое – 3 см, Правое – 1,5 см
4. КП должен содержать список источников и литературы, оформленный по принятым ГОСТам (ГОСТ Р 7.0.11-2011 Отчет о НИР)