

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ:
Основы интегрированных коммуникаций
курс 3, семестр 5, 6.

Перечень смежных дисциплин по учебному плану (пререквизиты) - ...					
<i>Вводный модуль – контроль остаточных теоретических знаний по дисциплинам-пререквизитам (для дисциплин группы А). Проводится на первом занятии в виде тестирования. Количество баллов - ...</i>					
<u>Базовый модуль</u>					
№ занятия	По-се-ща-е-мо-сть /б-алл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов min/max	Нак-опитель-ная «стоим-ость»/бал-л	Кол-во часов самостоя-тельной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
1.	1	Пятый семестр Тема 1. Цель, задачи и функции рекламной деятельности. Основные понятия. (лекция) Виды контроля: опрос		1	
2.		Сущность рекламной деятельности и требования к рекламе (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	4	4
3.		Основные функции в рекламе (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	7	4
4.		Разработка проекта коммуникационного обеспечения вывода на рынок новой компании (практическое занятие) Виды контроля: опрос	1	8	4
5.	0,5	Тема 2: Реклама и общество (лекция) Виды контроля: опрос		8,5	
6.	0,5	Правовое регулирование рекламной деятельности (лекция) Виды контроля: опрос		9	
7.		Рекламная деятельность и ее роль в обществе (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	12	4
8.	0,5	Тема 3: Особенности рекламного процесса (лекция) Виды контроля:		12,5	
9.	0,5	Коммуникативные барьеры в рекламном процессе (лекция) Виды контроля: опрос		13	

10.		Реклама как процесс коммуникации (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	16	4
11.		Критерии качества рекламного сообщения (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	19	4
12.		Ролевая игра: «Как оценить идею?» (практическое занятие) Виды контроля: опрос	1	20	
13.	0,5	Тема 4. Виды рекламы и классификация рекламных носителей (лекция) Виды контроля: опрос		20,5	
14.		Преимущества и недостатки различных видов рекламы (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	23,5	4
15.		Средства распространения и размещения рекламы (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	26,5	4
16.	0,5	Тема 5: Организация и планирование рекламной кампании (лекция) Виды контроля: опрос		27	
17.	0,5	Интегрированные маркетинговые коммуникации (лекция) Виды контроля: опрос		27,5	
18.		Коммуникативные и экономические цели рекламной кампании. (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	30,5	4
19.		Стратегии рекламной кампании (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	33,5	4
20.	0,5	Тема 6: Исследования в рекламе и оценка эффективности рекламной деятельности (лекция) Виды контроля: опрос		34	
21.	0,5	Эффект коммуникации (лекция) Виды контроля: опрос		34,5	
22.		Эффекты и эффективность рекламной кампании (семинар) Виды контроля:	1/3	37,5	4
23.		Реклама и целевая аудитория (семинар) Виды контроля:	1/3	40,5	4
24.		Сущность и факторы эффективности сильного бренда (на примере конкретной компании) (практическое занятие) Виды контроля: опрос	1	41,5	
25.	0,5	Тема 7: Психология рекламы (лекция) Виды контроля: опрос		42	
26.	0,5	Влияние рекламного воздействия, пропаганда и брендинг (лекция) Виды контроля: опрос		42,5	

27.		Психологические исследования аудитории и мотивация потребителя (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	45,5	4
28.		Социально-психологические факторы в рекламе (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	48,5	4
29.	0,5	Тема 8. Написание рекламных текстов (лекция) Виды контроля: опрос		49	
30.		Структура рекламных текстов (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	52	4
31.		Роль заголовка в рекламных текстах (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	55	4
32.	0,5	Тема 9. Рекламная этика и эстетика (лекция) Виды контроля: опрос		55,5	
33.	0,5	Эстетические принципы создания рекламных продуктов (лекция) Виды контроля: опрос		56	
34.		Ответственность субъектов рекламного процесса (семинар)	1/3	59	4
35.		Разработка бренда конкретного товара (практическое занятие) Виды контроля:	1	60	4
Рубежный контроль (УМУ) - (тестирование)			5/10	28/70	72
зачет			22/30		
Итоговая сумма баллов за 5 семестр			37/100		
1.	1	Шестой семестр Тема 10. Роль рекламы и связей с общественностью в интегрированных маркетинговых коммуникациях (лекция) Виды контроля: опрос		1	
2.		Взаимодействие маркетинга, рекламы и связей с общественностью в системе интегрированных коммуникаций (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	4	4
3.	0,5	Тема 11. Связи с общественностью как профессия и отрасль бизнеса (лекция) Виды контроля: опрос		4,5	
4.		Основные принципы функционирования связей с общественностью (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	7,5	4

5.		Особенности связей с общественностью как бизнеса (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	10,5	4
6.		Профессиональные знания, навыки и качества специалиста по связям с общественностью (практическое занятие) Виды контроля:	2	12,5	4
7.	0,5	Тема 12. Правовые и профессиональные основы регулирования деятельности в сфере связей с общественностью (лекция) Виды контроля: опрос		13	
8.		Требования кодексов профессионального поведения к специалистам по связям с общественностью. (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	16	4
9.		Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	19	4
10.	0,5	Тема 13. Управление процессом связей с общественностью (лекция) Виды контроля: опрос		19,5	
11.	0,5	Основные подходы к оценке эффективности управленческой деятельности в связях с общественностью (лекция)		20	
12.		Роль и критерии эффективности связей с общественностью (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	23	4
13.	0,5	Тема 14. Основные направления деятельности в связях с общественностью (лекция)		23,5	
14.		Основные направления деятельности внешнего PR (семинар) Виды контроля:	1/3	26,5	4
15.		Основные направления деятельности внутреннего PR (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	29,5	4
16.	0,5	Тема 15. Основные организационные структуры в связях с общественностью (лекция) Виды контроля: опрос		30	
17.	0,5	Структура и основные направления деятельности корпоративного департамента по связям с общественностью (лекция)		30,5	
18.		Типология структурных подразделений по связям с общественностью в органах государственной власти (семинар)	1/3	33,5	4

		Виды контроля: опрос			
19.		Кастинг и приемы формирования команды. (практическое занятие) Виды контроля: опрос	1	34,5	
20.	0,5	Тема 16. Влияние служб связей с общественностью на общественное мнение (лекция) Виды контроля: опрос		35	
21.	0,5	Типология аудиторий в связях с общественностью (лекция) Виды контроля: опрос		35,5	
22.		История и методика исследования общественного мнения (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	38,5	4
23.		Связи с общественностью и средства массовой коммуникации (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	41,5	4
24.	0,5	Тема 17. Основные каналы выхода на различные аудитории (лекция) Виды контроля: опрос		42	
25.	0,5	Коммуникативная среда в системе связей с общественностью (лекция) Виды контроля: опрос		42,5	
26.		Рабочие (специальные) мероприятия и акции (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	45,5	4
27.		Проблема корпоративного имиджа и фирменного стиля (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	48,5	4
28.	0,5	Тема 18. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью (лекция) Виды контроля: опрос		49	
29.	0,5	Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со средствами массовой информации (лекция) Виды контроля: опрос		49,5	
30.		Общие принципы взаимодействия со СМИ в связях с общественностью (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	52,5	4
31.	0,5	Тема 19. Средства массовой информации и рынок (лекция) Виды контроля: опрос		53	
32.		Презентация как основной вид рабочего материала в связях с общественностью (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	56	4
33.		Основные типы PR-документов (семинар) Виды контроля: опрос	1/3	59	4

34.	Подготовка кейса по планированию и организации продвижения социального мероприятия (практическое занятие) Виды контроля: творческое задание	1	60	4
Рубежный контроль (УМУ) - тестирование		5/10	28/70	72
Экзамен		22/30		
Итоговая сумма баллов за 6 семестр		68/100		
Дополнительный модуль (5 семестр)				
№ п.п.	Сроки проведения	Виды деятельности		Количество баллов
1	По расписанию преподавателя	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций (лекция)		10
2	По расписанию преподавателя	История развития рекламы в России и за рубежом (семинар)		10
3	По расписанию преподавателя	Средства распространения и размещения рекламы (лекция)		10
4	По расписанию преподавателя	Рекламное агентство и принципы взаимоотношения с ним (семинар)		10
5	По расписанию преподавателя	Эстетико-коммуникативные основания разработки рекламных кампаний (лекция)		10
		Общая сумма баллов		50
Дополнительный модуль (6 семестр)				
№ п.п.	Сроки проведения	Виды деятельности		Количество баллов
1	По расписанию преподавателя	Роль связей с общественностью в системе интегрированных коммуникаций (лекция)		10
2	По расписанию преподавателя	Планирование и организация управления связями с общественностью (семинар)		10
3	По расписанию преподавателя	Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, общественное мнение (лекция)		10
4	По расписанию преподавателя	Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение (семинар)		10
5	По расписанию преподавателя	Рабочие (специальные) мероприятия в связях с общественностью (лекция)		10
		Общая сумма баллов		50