

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.16 Коммуникативные технологии

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

42.03.01.31 Рекламный маркетинг

Форма обучения

очная

Год набора

2023

Красноярск 2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

А.В. Погоревич

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

усвоение слушателями курса системы теоретических знаний и формирование практических умений, связанных с использованием коммуникативных техно-логий в рекламной деятельности.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачи изучения дисциплины формулируются на основе изложения требований к формированию компетенций согласно соответствующим знаниям, умениям, навыкам в соответствии с требованиями ФГОС ВО:

1) знакомство обучающихся с возможностями и базовыми навыками применения коммуникативных технологий современных медиа, интегриро-ванных коммуникаций и PR;

2) последовательное изучение отдельных приемов и методов различных коммуникативных сфер PR и рекламной деятельности;

3) развитие навыков применения коммуникативных технологий в рамках программ продвижения;

4) формирование общей коммуникативной компетентности как способности индивида к общению в различной ситуациях, сферах и видах коммуникации;

5) развитие коммуникативных умений, связанных с использованием и анализом эффективности различных коммуникативных технологий в про-фессиональном и личностных аспектах.

Знать:

основы теории коммуникации и основы PR-деятельности в сфере СМИ;

специфику коммуникативного пространства как сферы деятельности масс-медиа;

социально-коммуникативные технологии и технологии партизанского маркетинга;

понятие корпоративной социальной ответственности (КСО) и её страте-гии;

общие принципы медиарелейшенз;

структуру и принципы организации современной пресс-службы;

теоретические основы government relations;

Российское законодательство, регулирующее отношения власти и биз-неса.

Уметь:

применять базовые навыки владения коммуникативными технологиями в профессиональной деятельности;

применять технологию спичрайтинга в структуре современных комму-никативных технологий;

анализировать механизмы взаимодействия власти, бизнеса и общества; ориентироваться в особенностях краудсорсинга и краудфандинга.

Владеть:

- методами применения основных коммуникативных технологий в рамках рекламной и PR деятельности;
- технологиями текстового и внетекстового продвижения публикаций в СМИ;
- базовыми навыками спиндокторинга как искусства информационного освещения события.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ОПК-1.1: Знать основы организации и управления средствами массовой информации; основы законодательства в сфере массовой информации; основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации; особенности массовой информации как основы современного информационного общества	
ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	
ОПК-2.1: Применять технологии рекламной деятельности, учитывая специфику применения в сфере профессиональных интересов	

ОПК-2.2: Анализировать перспективные направления развития мирового и отечественного рекламного рынка рекламы; определять значение рекламы в современных рыночных условиях; определять показатели воздействия рекламы на	
микроэкономическом и макроэкономическом уровнях	
ОПК-2.3: Осуществлять процесс планирования и выбора СМК в рекламной деятельности	
ОПК-2.4: Применять методы коммуникаций в рыночной среде	
ОПК-2.6: Анализировать этическую составляющую различных форм коммуникаций	
ОПК-2.7: Владеть технологиями текстового и внетекстового продвижения публикаций в СМИ	
ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
ОПК-4.6: Применять специфику коммуникативного пространства как сферы деятельности масс-медиа	
ОПК-4.7: Применять базовые навыки владения коммуникативными технологиями в профессиональной деятельности	
ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	
ОПК-7.1: Знать сущность понятий «коммуникативная действительность» и «общественная коммуникация»	

ОПК-7.3: Объяснять предназначение сферы рекламы и PR как умение	
решать коммуникативные проблемы	

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=31919>.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Сем естр	
		1	2
Контактная работа с преподавателем:	3,19 (115)		
занятия лекционного типа	1,36 (49)		
практические занятия	1,83 (66)		
Самостоятельная работа обучающихся:	1,81 (65)		
курсовое проектирование (КП)	Нет		
курсовая работа (КР)	Нет		
Промежуточная аттестация (Зачёт) (Экзамен)	1 (36)		

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Социально-коммуникативные технологии в системе управления									
	1. Понятие, сущность, структура и функции социально-коммуникативных технологий. Коммуникации как социальная технология в системе управления	2							
	2. «Роль социально-коммуникативных технологий в системе управления» Для аудиторного занятия: дискуссия по заданной теме с обсуждением примеров. Для электронного занятия: эссе.			2					
2. Приёмы социально-коммуникативных технологий в PR-деятельности. Антикризисный PR									
	1. Социально-коммуникативные технологии и приёмы в PR-коммуникациях. Сущность, цели и задачи коммуникативных технологий в условиях кризиса организации. Кризисный план коммуникаций и его практическая реализация	4							

<p>2. «Антикризисный PR» Для электронного и аудиторного занятий: решение кейса и разработка мероприятий антикризисного PR для заданной компании. Представление результатов в форме презентации. Для электронного занятия: презентация сопровождается пояснительной запиской</p>			4						
3. Коммуникативные технологии в государственном управлении									
<p>1. Сущность, цели, задачи, законы и классические модели коммуникативных технологий в государственном управлении.</p>	4								
<p>2. «PR-деятельность Администрации г. Красноярск» Для электронного и аудиторного занятий: Анализ PR-деятельности администрации г. Красноярск и формирование предложений по её совершенствованию. Представление результатов в форме презентации. Для электронного занятия: презентация сопровождается пояснительной запиской</p>			4						
4. Современные информационно-психологические технологии в условиях информационного противоборства									
<p>1. Информация и массовая коммуникация в социальных системах. Понятие информационной безопасности. Информационно-психологическая война как социальное явление. Технологии информационно-психологического воздействия.</p>	4								
<p>2. «Методы обеспечения информационной безопасности в условиях цифровизации» Для аудиторного занятия: подготовка докладов-презентаций и выступление на конференции. Для электронного занятия: эссе.</p>			4						

5. Теория и практика стратегии корпоративной социальной ответственности (КСО)								
1. Понятие корпоративной социальной ответственности (КСО). Стратегический подход к устойчивому развитию бизнеса: виды мероприятий и система показателей и персонал социально-ответственной и устойчиво развивающейся компании.	4							
2. «Социальная ответственность на примере конкретного бизнеса» Для аудиторного и электронного занятия: поиск и анализ опыта примеров социально-ответственных организаций г. Красно-ярска. Представление результатов в форме презентации. Для электронного занятия: в формате текстового документа.			4					
6. Принципы организации современной пресс-службы								
1. Общие принципы медиарелейшенз. Генезис пресс-службы. Структура, направления деятельности, формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ, общественностью и государственными органами. Менеджмент новостей. Техника проведения пресс-конференций	2							
2. «Организация пресс-службы» Для аудиторного и электронного занятия: разработка положения о создании пресс-службы на предприятии (цели, задачи, функции, штатное расписание и должностные обязанности сотрудников).			2					
7. Пресс-службы политических партий. Современные российские государственные пресс-службы								

1. Особенности функционирования пресс-служб политических партий. Организация работы во время предвыборных кампаний. Особенности функционирования российских государственных пресс-служб: информационная работа государственных учреждений со СМИ и общественностью; формы и методы координации деятельности российских государственных пресс-служб.	4								
2. «Пресс-конференция Главы города по вопросам благоустройства г. Красноярска» Для аудиторного занятия: подготовка и проведение пресс-конференции. Для электронного занятия: эссе-анализ «Роль пресс-секретаря в разработке и реализации информационной политики компании».			4						
8. Спиндокторинг как искусство информационного события									
1. Понятие, сферы применения и основные приёмы спиндокторинга. Дискуссионность спиндокторинга. Спиндокторинг как современная PR-технологии органов власти.	4								
2. «Практика спиндокторинга» - Для аудиторного и электронного занятия: поиск и анализ приёмов спиндокторинга в отечественной и зарубежной практике. Представление результатов в форме презентации. Для электронного занятия: в формате текстового документа.			4						
9. Спичрайтинг в структуре современных коммуникативных технологий									

1. Теория и практика спичрайтинга. Спичрайтинг как вид профессиональной деятельности. Основные приёмы написания речей.	4							
2. Практика спичрайтинга» Для аудиторного и электронного занятия: отработка техники написания речей (для себя на торжественную часть выпускного вечера; для главы компании по заданной теме).			4					
10. Взаимодействие власти и бизнеса: понятие, история, современные модели								
1. Сущность взаимодействия властных структур и бизнеса в современной России: инструменты и среда взаимодействия гос-ударства и бизнеса, существующие модели взаимодействия.	4							
2. «Бизнес и государство в России: современная парадигма партнёрства» Для аудиторного и электронного занятия: Знакомство с материалами Гайдаровского форума, Петербургского международного экономического форума, Инвестиционно-го форума. Выявление основных проблем и трендов во взаимодействии бизнеса и государства в дискуссионной форме. Подготовка тезисов докладов и проведение конференции «Основные тренды взаимодействия власти и бизнеса в России в цифровую эпоху». Для электронного занятия: презентация сопровождается пояснительной запиской.			8					
11. Government Relations (GR). Исторический генезис развития отношений власти и бизнеса в России								
1. Сущность и специфика GR в России. История отношений власти и бизнеса в России: царский период, советский период, особенности современного периода	4							

<p>2. 1.«Особенности развития взаимоотношений власти и бизнеса в новейшей истории России: от 1990-х до наших дней» Для аудиторного и электронного занятия: кейс «Дело Ходорковского как поворотный момент во взаимоотношениях государства и бизнеса в России»</p> <p>2. «Личности, оказавшие влияние на развитие отношений власти и бизнеса в России» Для аудиторного и электронного занятия: анализ и подготовка описания-презентации личностей политиков, государственных чиновников, предпринимателей и учёных (биография, обзор деятельности и внесённого вклада), повлиявших на историю взаимоотношений власти и бизнеса в нашей стране. Для электронного занятия: презентация сопровождается пояснительной запиской.</p>			6					
12. Современные принципы взаимодействия власти, бизнеса и общества.								
<p>1. Базовые принципы взаимодействия власти, бизнеса и общества и современные концепции управления: плюралистическая и неокорпоративистская модели; американская, германская и скандинавская модели. Особенности модели взаимодействия в России. Открытое правительство. Понятие open data.</p>	4							

<p>2. 1.«Открытое правительство» Для аудиторного и электронного занятия: Сбор и анализ материалов по теме. Кейс «Открытое правительство в России: причины провала проекта. Что осталось в наследство?». Представление результатов в форме презентации. Для электронного занятия: в формате текстового документа.</p> <p>2. «Темная сторона открытых данных» Анализ материалов по теме (видео лекция Бегтина И. «Тёмная сторона открытых данных» и др.). Кейс «Открытые данные: где граница между добром и злом?». Для электронного занятия: представление решения кейса в формате текстового документа.</p>			8					
13. Механизмы взаимодействия бизнеса и общества: социальное предпринимательство, социальное партнёрство								
<p>1. Социальное предпринимательство: сущ-ность и истоки зарождения. Зарубежный опыт социального партнёрства. Понятие третьего сектора экономики. Некоммерческие организации. Краудсорсинг. Краудфандинг. Принципы социального партнерства.</p>	5							

<p>2. Разработка социального проекта для программы «Партнёрство» (Гранты Красно-ярского края для некоммерческих организаций «Партнёрство»)</p> <p>1. Аналитическая часть Для аудиторного и электронного занятия: Анализ материалов по теме (видео лекции президента Фонда «Общественное мнение» А.Ослона «Краудсорсинг. Введение», «Развитие технологий краудсорсинга и краудфандинга в России и мире», видео интервью с Антоном Мотолько «Что такое краудфандинг, краудсорсинг и фанд-райзинг» и др.). Подготовка презентаций с примерами краудфандинга в России и за рубежом». Представление результатов в форме презентации.</p> <p>2. Творческая часть Для аудиторного и электронного занятия: разработка и презентация некоммерческо-го проекта по условиям программы Администрации г. Красноярска «Партнёрство». Для электронного занятия: презентация сопровождается пояснительной запиской.</p>			12					
3.						44		
4.						21		
Всего	49		66			65		

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Музыкант В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие(Москва: Издательский Центр РИО□).
2. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учеб. пособие для студ. вузов по напр. подг. (спец.) "Связи с общественностью"(Москва: "Дашков и К").
3. Чамкин А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации): Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Adobe Photoshop
2. DataFun
3. CapCut
4. Corel Draw
5. InShot
6. Kanva
7. Kinemaster
8. Ms.Office
9. Snapseed
10. другие приложения для создания аналитических отчётов, а также обработки фото и видео.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. В процессе обучения студентам обеспечен онлайн-доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным си-стемам, таким как:
2. Mediascope — Режим доступа: <https://mediascope.net> -официальный сайт исследовательской компании;
3. Бизнес, технологии, идеи, модели роста, стратегии — Режим доступа: <https://vc.ru/popular>;
4. ВЦИОМ — Режим доступа: <http://wciom.ru>;
5. Левада-Центр – Режим доступа: <http://www.levada.ru>;
6. Федеральный образовательный портал ЭСМ – Режим доступа: <https://ecsocman.hse.ru>;
7. Портал знаний – Глобальный информационный ресурс Statistica – Режим доступа: <http://statistica.ru>.

8. и другим актуальным поисковым и справочным системам.

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Университет располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционной типа университет располагает демонстрационным оборудованием и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующим рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронной библиотеке СФУ. Библиотечный фонд укомплектован в соответствии с требованиями ФГОС ВО. В образовательном процессе используются информационные ресурсы и базы данных, электронные мультимедийные комплексы, учебники и учебные пособия, активные и практико-ориентированные методы и технологии обучения. Обеспечен стопроцентный доступ к электронной библиотечной системе. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда СФУ предоставляет возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, как на территории образовательной организации, так и вне ее.

В распоряжении обучающихся имеются учебные аудитории, оборудованные стационарным мультимедийным оборудованием, электронными досками; компьютерные классы на 20 мест, объединенных в локальную сеть, подключенные к Internet. Обучающиеся имеют возможность оперативно обмениваться информацией с отечественными и зарубежными вузами, а также, используя электронную систему электронных образовательных ресурсов СФУ на базе Moodle, обучаться в удаленном режиме.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья в зависимости от нозологий, осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.