


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 24.04.2024 17:15:36  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Председатель КСН  
 М.И. Белоножко  
«28» 08 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Разработка и реализация коммуникационных стратегий

направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

направленность: Цифровые коммуникации и новые медиа

форма обучения: очная, заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 8. 06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Цифровые коммуникации и новые медиа к результатам освоения дисциплины Разработка и реализация коммуникационных стратегий

Рабочая программа рассмотрена  
на заседании кафедры Маркетинга и муниципального управления  
Протокол № 1 от «28» августа 2020 г.

Заведующий кафедрой



М.И. Белоношко

Рабочую программу разработал:

О.В. Третьякова, доцент кафедры МиМУ, к.с.н,  
доцент



## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины:** Сформировать у обучающихся знание, умение и навыки квалифицированного и компетентного осуществления коммуникационной стратегии в области стратегического подхода к управлению в медиабизнесе.

**Основными задачами изучения курса являются:**

1. Оценивать последствия профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности при разработке коммуникационных стратегий.
2. Прогнозирование возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений при разработке коммуникационных стратегий.
3. Оценка и обоснование формирования коммуникационной стратегии как фактора успешной работы рекламного агентства.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Разработка и реализация коммуникационных стратегий» относится к дисциплинам части Блока 1, обязательной части учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать следующие разделы ФГОС: «Теория массовых коммуникаций»; «Межкультурные коммуникации и международные связи с общественностью»; «Современная медиаиндустрия».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

**Знание:**

- закономерностей формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности при разработке коммуникационных стратегий.

**Умения:**

- осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений при разработке коммуникационных стратегий.

**Владение:**

- навыками применения при разработке и реализации коммуникационной стратегии принципов социальной ответственности.

Содержание дисциплины «Разработка и реализация коммуникационных стратегий» служит основой для освоения дисциплин: «Медиа технологии в современных коммуникациях», «Управление интегрированными коммуникациями».

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
<b>ОПК-7.</b> Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере,	<b>Знать</b> ПКС-7. 3.7.1. Знает закономерности и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной	ПКС-7. 3.7.1. Знает: процесс разработки и реализации коммуникационных стратегий

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
следуя принципам социальной ответственности	ответственности	
	<b>Уметь</b> ОПК-7. У.7.1. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.	ПКС-7. У.7.1. Умеет: разрабатывать и внедрять коммуникационные стратегии с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.
	<b>Владеть</b> ОПК-7. В.7.1. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	ПКС-7. В.7.1. Владеет: навыками разработки и реализации коммуникационных стратегий с учетом принципов социальной ответственности

#### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	1/2	34	17	-	30+27	экзамен
заочная	2/4	8	6	-	85+9	экзамен

#### 5. Структура и содержание дисциплины

##### 5.1. Структура дисциплины.

##### очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Понятие и сущность коммуникационной стратегии	8	2	-	7	17	ОПК-7.3.7.1	Собеседование
2	2	Этапы реализации коммуникационной стратегии	8	4	-	7	19	ОПК-7.3.7.1 ОПК-7.У.7.1	Собеседование
3	3	Типы коммуникационных стратегий	8	2	-	7	17	ОПК-7.3.7.1 ОПК-7.У.7.1	Собеседование, презентация
4	4	Разработка коммуникационной стратегии пред-	10	9	-	9	28	ОПК-7.3.7.1 ОПК-7.У.7.1	Собеседование, пре-

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		приятия						ОПК-7.В.7.1	зентация
5	Экзамен		-	-	-	27	27	ОПК-7.3.7.1 ОПК-7.У.7.1 ОПК-7.В.7.1	Экзаменац ионные вопросы
Итого:			34	17	-	57	108		

### заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Понятие и сущность коммуникационной стратегии	2	1	-	21	24	ОПК-7.3.7.1	Собесе дование
2	2	Этапы реализации коммуникационной стратегии	2	1	-	21	24	ОПК-7.3.7.1 ОПК-7.У.7.1	Собесе дование
3	3	Типы коммуникационных стратегий	2	2	-	21	25	ОПК-7.3.7.1 ОПК-7.У.7.1	Собесе дование, пре зентация
4	4	Разработка коммуникационной стратегии предприятия	2	2	-	22	26	ОПК-7.3.7.1 ОПК-7.У.7.1 ОПК-7.В.7.1	Собесе дование, пре зентация
5	Экзамен				-	9	9	ОПК-7.3.7.1 ОПК-7.У.7.1 ОПК-7.В.7.1	Экзаменац ионные вопросы
Итого:			8	6	-	85+9	108		

### Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

### 5.2. Содержание дисциплины.

#### 5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

##### Раздел 1. «Понятие и сущность коммуникационной стратегии».

Понятие коммуникационной стратегии. Цели коммуникационной стратегии. Ключевые компоненты коммуникационной стратегии.

##### Раздел 2. «Этапы реализации коммуникационной стратегии».

Основные этапы коммуникационной стратегии. Адресаты (целевая аудитория). Параметры потребительского поведения. Статус покупателя. Медийные предпочтения. Группы влияния. Стереотипы и привычки.

**Раздел 3. «Типы коммуникационных стратегий».**

Основные типы коммуникационных стратегий. Задачи коммуникационных стратегий. Оборонительная стратегия. Наступательная стратегия. Фланговая стратегия. Партизанская стратегия.

**Раздел 4. «Разработка коммуникационной стратегии предприятия».**

Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Планирование коммуникационной стратегии предприятия. Разработка бюджета коммуникационной стратегии. Методы определения бюджета комплекса коммуникаций: метод возможных расходов, метод фиксированного процента, метод максимальных расходов, метод соответствия конкурентам, метод соответствия целям и задачам предприятия.

**5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.**

**Лекционные занятия**

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	8	2	-	Понятие и сущность коммуникационной стратегии
2	2	8	2	-	Этапы реализации коммуникационной стратегии
3	3	8	2	-	Типы коммуникационных стратегий
4	4	10	2	-	Разработка коммуникационной стратегии предприятия
Итого:		34	8	X	

**Практические занятия**

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	1	-	Понятие и сущность коммуникационной стратегии
2	2	3	1	-	Этапы реализации коммуникационной стратегии
3	3	2	2	-	Типы коммуникационных стратегий
4	4	9	2	-	Разработка коммуникационной стратегии предприятия
Итого:		17	6	X	X

**Лабораторные работы**

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

**Самостоятельная работа студента**

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	7	21	-	Понятие и сущность коммуникационной стратегии	Подготовка к собеседованию
2	2	7	21	-	Этапы реализации коммуникационной стратегии	Подготовка к собеседованию
3	3	7	21	-	Типы коммуникационных стратегий	Подготовка к собеседованию Подготовка презентации
4	4	9	22	-	Разработка коммуникационной стратегии предприятия	Подготовка к собеседованию Подготовка презентации
5	Экзамен	27	9	-	-	Подготовка к экзамену
Итого:		57	85+9	X	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- 
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

### 6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

### 7. Контрольные работы

#### 7.1. Методические указания для выполнения контрольных работ

Метод. рек. к выполнению контрольной работы обучающихся всех направлений подготовки магистратуры, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 26 с.

Цель выполнения контрольной работы – закрепление у обучающихся теоретических знаний и приобретение практических навыков применения методов оценки рынка недвижимости и осуществления сделок с недвижимостью.

Исходными данными для выполнения работы являются:

- нормативно-правовые документы;
- статистическая информация;
- результаты социологических исследований;

Выполнение контрольной работы обучающийся должен начинать с изучения задания, курса лекционных и практических занятий. По требованию руководителя следует собрать и изучить рекомендуемую литературу, раскрыть теоретические и практические аспекты выбранной темы контрольной работы.

Работа должна включать:

1. краткое изложение теоретических и(или) нормативно-правовых аспектов темы;
2. практические примеры, раскрывающие отдельные аспекты темы.

1. Понятие коммуникационной стратегии.
2. Цели коммуникационной стратегии.

3. Ключевые компоненты коммуникационной стратегии.
4. Основные этапы коммуникационной стратегии.
5. Адресаты (целевая аудитория).
6. Параметры потребительского поведения.
7. Статус покупателя.
8. Медийные предпочтения.
9. Группы влияния.
10. Стереотипы и привычки.
11. Основные типы коммуникационных стратегий.
12. Задачи коммуникационных стратегий.
13. Оборонительная стратегия.
14. Наступательная стратегия.
15. Фланговая стратегия.
16. Партизанская стратегия.
17. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.
18. Планирование коммуникационной стратегии предприятия.
19. Разработка бюджета коммуникационной стратегии.
20. Методы определения бюджета комплекса коммуникаций: метод возможных расходов, метод фиксированного процента, метод максимальных расходов, метод соответствия конкурентам, метод соответствия целям и задачам предприятия.

### 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
<b>1 текущая аттестация</b>		
1.1	Собеседование по теме 1	15
1.2	Собеседование по теме 2	15
	<b>ИТОГО за первую текущую аттестацию</b>	<b>30</b>
<b>2 текущая аттестация</b>		
2.1	Готовая презентация по теме 3	15
2.2	Собеседование по теме 3	15
	<b>ИТОГО за вторую текущую аттестацию</b>	<b>30</b>
<b>3 текущая аттестация</b>		
3.1	Готовая презентация по теме 4	25
3.2	Собеседование по теме 4	15
	<b>ИТОГО за третью текущую аттестацию</b>	<b>40</b>
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2



№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1.	Собеседование по теме 1	15
2.	Собеседование по теме 2	15
3.	Готовая презентация по теме 3	15
4.	Собеседование по теме 3	15
5.	Готовая презентация по теме 4	25
6.	Собеседование по теме 4	15
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Перспектив»;
- ЭБС «Консультант студент»;

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

## 11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

На практических занятиях обучающиеся знакомятся с содержанием задания, изучают методику и выполняют письменную работу в формате практического задания. Для эффективной работы обучающиеся должны иметь соответствующие канцелярские принадлежности, индивидуальный план магистранта, конспект лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

## 11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по направлениям магистратуры, всех форм обучения / сост. М.Л. Белоножко, С.С. Ситёва; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019 – 16 с.

### Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Разработка и реализация коммуникационных стратегий  
 Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью  
 Программа: Цифровые коммуникации и новые медиа

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
<b>ОПК-7.</b> Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ПКС-7. 3.7.1. Знает: процесс разработки и реализации коммуникационных стратегий	Не знает процесс разработки и реализации коммуникационных стратегий	Демонстрирует отдельные знания процесса разработки и реализации коммуникационных стратегий	Демонстрирует достаточные знания процесса разработки и реализации коммуникационных стратегий	Демонстрирует исчерпывающие знания процесса разработки и реализации коммуникационных стратегий
	ПКС-7. У.7.1. Умеет: разрабатывать и внедрять коммуникационные стратегии с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.	Не умеет разрабатывать и внедрять коммуникационные стратегии с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.	Частично умеет разрабатывать и внедрять коммуникационные стратегии с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.	Умеет разрабатывать и внедрять коммуникационные стратегии с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.	В совершенстве умеет разрабатывать и внедрять коммуникационные стратегии с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	ПКС-7. В.7.1. Владеет: навыками разработки и реализации коммуникационных стратегий с учетом принципов социальной ответственности	Не владеет навыками разработки и реализации коммуникационных стратегий с учетом принципов социальной ответственности	Частично владеет навыками разработки и реализации коммуникационных стратегий с учетом принципов социальной ответственности	Хорошо владеет навыками разработки и реализации коммуникационных стратегий с учетом принципов социальной ответственности	В совершенстве владеет навыками разработки и реализации коммуникационных стратегий с учетом принципов социальной ответственности

**КАРТА**

**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина: Разработка и реализация коммуникационных стратегий

Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа: Цифровые коммуникации и новые медиа

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	<b>Кириллова, Н. Б.</b> <i>Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. - Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 110 с. - URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/68441.html">http://www.iprbookshop.ru/68441.html</a></i>	ЭР	15	100	+
2	<b>Кириллова, Н. Б.</b> Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Кириллова Н. Б. - Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. - 184 с. - URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/68440.html">http://www.iprbookshop.ru/68440.html</a>	ЭР	15	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоношко

Директор БИК \_\_\_\_\_



Д.Х. Каюкова