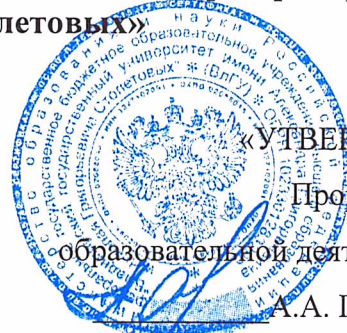


10/3

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича
и Николая Григорьевича Столетовых»**
(ВлГУ)



«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по
образовательной деятельности
А.А. Панфилов
« 29 » 08 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАЦИОННЫЙ АУДИТ**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения заочная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточног о контроля (экз./зачет)
8	3 ЗЕТ, 108ч.	8		14	86	Зачет с оценкой
Итого	3 ЗЕТ, 108ч.	8		14	86	Зачет с оценкой

Владимир – 2016

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Коммуникационный аудит» являются

- изучение закономерностей технологий аудита в информационном обществе;
- ознакомление с системой анализа информации
- социологические методы при анализе информационного потока
- изучение теории распределения информации
- определение роли структурно-семантического анализа при аудите внешней

информационной среды

- определение и критерии кризисной ситуации в информационном поле.
- изучение технологии организации и проведения коммуникационных кампаний.

Применительно к подготовке специалиста по связям с общественностью в курсе «Коммуникационный аудит» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы структур, занятых этими видами деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникационный аудит» относится к базовой части учебного плана ОПОП и логически и методически связана с учебными дисциплинами «Основы рекламы», «теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Организация и проведение PR-кампаний», «Основы медиапланирования».

Для успешного освоения курса «Коммуникационный аудит» студент должен иметь представления о формировании информационных потоков, знать основы теории коммуникации, иметь начальные представления о внешнем и внутреннем информационном фоне организации.

Учебный курс «Коммуникационный аудит» необходим как предшествующий изучению дисциплин «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Организация и проведение PR-кампаний».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать: особенности организации и проведения коммуникационных кампаний (ПК-10);

Уметь: осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-11);

Владеть: способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, профессиональных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12); способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ПК-11);

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Экзамен	Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	контрольные работы	СРС	КП / КР			
1	Особенности аудита в информационных технологиях	8		4		6		20			5/50%	
2	Критерии информационной открытости организации.	8		4		6		20			5/50%	
3	Внешний аудит информационного потока	8				1		30			0,5/50%	
4	Технологические особенности и аудита	8				1		16			0,5/50%	
ИТОГО за семестр				8		14		86			11/50%	зачет

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Дисциплина «Коммуникационный аудит» представляет сочетание лекционного курса, практических занятий и самостоятельной работы студентов. Используются активные формы обучения:

1. Лекция-беседа (диалог с аудиторией) предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным вопросам темы, требует постоянного умственного напряжения, мыслительной активности.

2. Коллективная лекция. Студенты готовят выступление по одной из тем, при этом используется анализ не только прочитанной литературы, но и собственные наблюдения. Далее следует публичное выступление и обсуждение, вопросы и ответы на вопросы.

3. Метод «мозгового штурма». В результате генерирования различных идей и их конструктивной проработки студенческий коллектив предлагает варианты решения ситуации.

4. Проблемная ситуация. Новое знание вводится через проблемный вопрос, задачу или ситуацию. Проблем познания проходит через исследовательскую деятельность.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Контрольные вопросы к зачету

1. Результативность связей с общественностью.
2. Оценка эффективности рекламной деятельности. Анализ документов и его особенности.
3. Контент-анализ как один из методов изучения документов.
4. Преимущества и недостатки контент-анализа как метода изучения документов.
5. Программа контент-анализа.
6. Методика контент-анализа: процедурные вопросы. Единицы счета.
7. Способы обработки данных.
8. Клиппинг как метод сбора данных в коммуникационном аудите.
9. Разработка классификатора. Параметры классификации.

10. Мониторинг СМИ как метод сбора данных.

11. Принципы дайджестирования. Информационный бюллетень как результат мониторинга СМИ. Этапы информационного анализа: определение темы, определение источников, оценки, уточнение позиций, экспертные оценки, определение тенденций.

12. Применение современных информационных технологий в изучении рекламы и связей с общественностью.

13. SPSS, ВААЛ, «Вольфрам-математика» и другие программные продукты: преимущества и недостатки.

14. Структурно-семантический анализ при оценке публичных выступлений.

Примерный перечень вопросов для самостоятельной работы

1. Нужен ли в России коммуникационный аудит?
2. Для чего ввели разделение аудиторий на целевую и ключевую?
3. Подготовить медиа-досье.
4. Подготовить контент-анализ по избранной теме.
5. SPSS, ВААЛ, «Вольфрам-математика» и другие программные продукты: преимущества и недостатки.

7.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

основная литература:

1. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Л. В. Минаева. - М. : Аспект Пресс, 2012. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705850.html>
2. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] / П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 260 с. - ISBN 978-5-394-01184-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513046>
3. Современные медиа: Приемы информационных войн [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. - М. : Аспект Пресс, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707014.html>

дополнительная литература:

1. Лютый, В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс] : Учебное пособие / В.П. Лютый. - М.: Российская академия правосудия, 2012. - 292 с. - ISBN 978-5-93916-324-8.
2. Современный русский язык. Лексикология: теория, тренинг, контроль [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н.А. Кузьмина. - 2-е изд., испр. - М. : ФЛИНТА, 2012. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976510289.html>
3. "Основы медиабизнеса [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. - М. : Аспект Пресс, 2014. - (Серия "Учебник нового поколения")." - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707243.html>
4. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Н. Г. Иншакова. - М. : Аспект Пресс, 2014. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707328.html>

программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

[www. Sovetnik.ru](http://www.Sovetnik.ru)


www. soob. ru

www. prwekuk. com

8.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Мультимедийная учебная аудитория 229, количество студенческих мест – 50, оснащение:доска интерактивная SMART Board 685 (диагональ 87), презентационный проектор Epson «ЕВ-1860», экран Projecta настенный рулонный, документ-камера Eloam S600, акустическая система Samsung HW-J550/RU, персональный компьютер в составе: ThinkCentre M70e/keyb/mouse/L1900p19

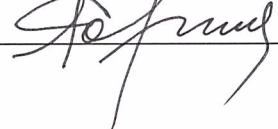
Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Рабочую программу составил ст. преподаватель кафедры ЖРСО Никешин А.А. 

Рецензент Директор ГТРК «Владимир» Филинов А.Н. 


Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.07.16 года

Заведующий кафедрой  Говердовская-Привезенцева С.А.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 1 от 29.08.16 года

Председатель комиссии  Говердовская-Привезенцева С.А.

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____