

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.09.2021 14:29:49
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9531e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Утверждена
на заседании кафедры

Утверждена
Советом по учебно-методическим вопросам
и качеству образования

20 января 2021 г.

протокол № 6

Председатель Карх Д.А.

(подпись)

25.12.2020 г.

протокол № 3

Зав. кафедрой Заборова Е.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Теория коммуникаций и связи с общественностью
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	Маркетинг и реклама
Форма обучения	очно-заочная
Год набора	2021
Разработана:	
Доцент, к.с.н.	
Баных Галина Алексеевна	

Екатеринбург
2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	5
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	6
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	11
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	11
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	12
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	13

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ознакомление студентов с ведущими теоретическими направлениями исследований в области массовой коммуникации и формирования потребностей организации коммуникации с общественностью, формирование представления об истории развития основных научных направлений массовой коммуникации и связей с общественностью. Курс нацелен на формирование фундаментальных теоретических знаний студентов в области массовой коммуникации и связей с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов					3.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 8						
	36	4	4	0	32	1
Семестр 9						
Экзамен	108	20	8	12	79	3
	144	24	12	12	111	4

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
информационно-аналитический	
ПК-4 Формирование предложений по совершенствованию маркетинговой политики	ИД-1.ПК-4 Знать: Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях

<p>ПК-4 Формирование предложений по совершенствованию маркетинговой политики</p>	<p>ИД-2.ПК-4 Уметь: Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования</p> <p>ИД-3.ПК-4 Иметь практический опыт: Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований Формирование предложений по совершенствованию товарной политики Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p>
<p>организационно-управленческий</p>	
<p>ПК-5 Обеспечение соответствия маркетингового плана торговой-промышленной выставки концепции и бизнес-плану торговой-промышленной выставки</p>	<p>ИД-1.ПК-5 Знать: Основы маркетинговых коммуникаций, в частности инструменты продвижения, реклама, связи с общественностью, спонсоринг, интернет-маркетинг Инструменты тайм-менеджмента Технологии ведения переговоров</p> <p>ИД-2.ПК-5 Уметь: Выстраивать эффективные взаимодействия с подразделениями организации для достижения целевых результатов проекта торговой-промышленной выставки. Согласовывать интересы и убеждать представителей ключевых игроков отрасли экономики, в рамках которой организуется торговая-промышленная выставка, партнеров, спонсоров принимать участие в мероприятиях, направленных на продвижение проекта торговой-промышленной выставки. Использовать события, происходящие во время организации торговой-промышленной выставки, для эффективного продвижения торговой-промышленной выставки среди целевых аудиторий участников и партнеров</p>

<p>ПК-5 Обеспечение соответствия маркетингового плана торгово-промышленной выставки концепции и бизнес-плану торгово-промышленной выставки</p>	<p>ИД-3.ПК-5 Владеть навыками (трудовые действия): Формирование рекомендаций для работников/подразделений организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок, ответственных за маркетинг, по разработке бренд-кодов и стратегии продвижения торгово-промышленной выставки Координация взаимодействия структурных подразделений организации по вопросам разработки и реализации мероприятий маркетингового плана торгово-промышленной выставки Контроль соответствия реализуемого плана мероприятий по продвижению торгово-промышленной выставки миссии и целям торгово-промышленной выставки, а также соглашениям, достигнутым с партнерами, спонсорами, участниками отдельных категорий Заключение соглашений о сотрудничестве в сфере продвижения торгово-промышленной выставки со средствами массовой информации (совместно с работниками/подразделениями организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок, ответственными за маркетинг) Разработка планов работ в сфере администрирования, обновления контента и продвижения сайта торгово-промышленной выставки Организация исполнения планов работ в сфере администрирования, обновления контента и продвижения сайта торгово-промышленной</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						
	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 8		17					
Тема 1.	Введение в теорию коммуникаций и связи с общественностью	17	1			16	
Семестр 8		11					
Тема 2.	Школы и направления исследования коммуникаций	11	1			10	
Семестр 8		8					
Тема 3.	Конкретно-научные подходы к изучению коммуникации	8	2			6	
Семестр 9		31					
Тема 4.	Связи с общественность как отрасль знания. Генезис развития СО	31	2		2	27	
Семестр 9		15					
Тема 5.	Современное состояние связей с общественностью	15	1		2	12	
Семестр 9		40					
Тема 6.	Работа с документами в связях с общественностью. Мероприятия в СО	40	4		6	30	
Семестр 9		13					
Тема 7.	Интернет-коммуникации в СО	13	1		2	10	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
1-3	Тест	21 вопрос	1 вопрос=1 балл 11 баллов-минимум
4-7	Тест	35 вопросов	1 вопрос=1 балл 18 баллов-минимум
	Эссе	2 листа	20 баллов
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
9 семестр (Эк)	Билеты для экзамена	В каждом билете два вопроса	Оценка "отлично" выставляется при полном ответе на 2 вопроса в билете, оценка "хорошо" выставляется при полном ответе на два вопроса с небольшими неточностями, оценка "удовлетворительно" выставляется при неполных ответах на вопросы, с наличием неточностей или ошибок оценка "неудовлетворительно" выставляется при ответе только на один вопрос в билете, либо при наличии большого количества неточностей или ошибок

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

Тема 1. Введение в теорию коммуникаций и связи с общественностью
Введение в дисциплину

<p>Тема 2. Школы и направления исследования коммуникаций Школы и направления исследования коммуникаций: исторически первые направления</p>
<p>Тема 3. Конкретно-научные подходы к изучению коммуникации Технократический подход к изучению коммуникации Интеракционные теории коммуникации</p>
<p>Тема 4. Связи с общественностью как отрасль знания. Генезис развития СО Связи с общественностью как отрасль знания Генезис развития СО</p>
<p>Тема 5. Современное состояние связей с общественностью Современное состояние связей с общественностью</p>
<p>Тема 6. Работа с документами в связях с общественностью. Мероприятия в СО Работа с документами в связях с общественностью Мероприятия в СО</p>
<p>Тема 7. Интернет-коммуникации в СО Интернет-коммуникации в СО</p>

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

<p>Тема 4. Связи с общественностью как отрасль знания. Генезис развития СО Предпосылки возникновения связей с общественностью. Развитие связей с общественностью в США. Развитие связей с общественностью в Европе. Развитие связей с общественностью в России</p>
<p>Тема 5. Современное состояние связей с общественностью Этические кодексы в рамках профессии. Подготовка специалистов по связям с общественностью. Организация связей с общественностью в коммерческом, государственном и некоммерческом секторах</p>
<p>Тема 6. Работа с документами в связях с общественностью. Мероприятия в СО Основные требования к документам в СО, основные виды внутренних и внешних документов, основные виды документов в СО Основные мероприятия в СО: требования к ним, правила организации и проведения</p>
<p>Тема 7. Интернет-коммуникации в СО Особенности СО в интернет. Способы коммуникации в интернет. Электронные коммуникации в организации Технологии СО в интернет. Эффективность коммуникаций в интернет. Проведение онлайн мероприятий по СО</p>

7.3. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 1. Введение в теорию коммуникаций и связи с общественностью 1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками 2. Выполнение Задания 3 1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками 2. Выполнение Задания 4</p>
<p>Тема 2. Школы и направления исследования коммуникаций 1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками 2. Выполнение Задания 2</p>

Тема 3. Конкретно-научные подходы к изучению коммуникации

1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками

2. Выполнение Задания 1

1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками

2. Выполнение Задания 5

3. Выполнение задания 6

1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками

2. Выполнение Задания 2.4

3. Выполнение задания 2.6

1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками

2. Выполнение Задания 1.7

3. Выполнение задания 1.4

Тема 4. Связи с общественность как отрасль знания. Генезис развития СО

1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками

2. Выполнение Задания 2.4

1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками

2. Выполнение Задания 2.1

1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками

2. Выполнение Задания 2.2

Тема 5. Современное состояние связей с общественностью

1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками

2. Выполнение Задания 1.8

3. Выполнение Задания 1.9

1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками

2. Выполнение Задания 2.7

Тема 6. Работа с документами в связях с общественностью. Мероприятия в СО

1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками

2. Выполнение Задания 2.3

1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками

2. Выполнение Задания 2.5

1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками

2. Выполнение Задания 2.8

3. Выполнение Задания 2.9

Тема 7. Интернет-коммуникации в СО

1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками

2. Выполнение Задания 2.8

3. Выполнение Задания 2.9

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ

Не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося

Не предусмотрено

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
Не предусмотрено

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Бузни Е.Н. История связей с общественностью. [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Вузовский учебник, 2011. - 192 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/210624>

2. Чамкин А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации). [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 350 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/344977>

3. Чамкин А. С. Социология коммуникации. [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 295 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/344978>

4. Чамкин А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации). [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки 39.03.01 "Социология", 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью", 38.03.02 "Менеджмент" (квалификация (степень) «бакалавр»). - Москва: ИНФРА-М, 2017. - 350 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/854756>

5. Горчева А. Ю., Гринберг Т. Э., Красавченко И. А., Кузьменкова М. А., Муронец О. В., Пискунова М. И., Пронина Е. Е. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии. [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 520600 и 021400 "Журналистика". - Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1039446>

6. Почекаев Р. Ю. История связей с общественностью. [Электронный ресурс]: Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 223 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453642>

7. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации. [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 488 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093511>

8. Бузни Е. Н. История связей с общественностью.: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью". - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 192

9. Чамкин А. С. Социология коммуникации. [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018. - 295 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/960043>

Дополнительная литература:

1. Чумиков А.Н., Бочаров М. П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов. [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2012. - 329 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/254819>

2. Чумиков А.Н., Бочаров М. П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов. [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 329 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/369368>

3. Осипова Е.А. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства. [Электронный ресурс]: Монография. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 144 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/523516>

4. Брендинг как коммуникативная технология XXI века. [Электронный ресурс]: материалы Первой Всероссийской научно-практической конференции, 1 декабря 2014 г. - Санкт-Петербург: Издательство СПбГЭУ, 2014. - 158 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/535353>

5. Кузьмина О. Г., Посухова О. Ю. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы. [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2018. - 187 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/953324>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока

Справочно-правовая система Консультант+. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021

Курс лекций профессора В.Кашкина по теории коммуникации [Электронный ресурс].

<http://kachkine.narod.ru>

Библиотека УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Электронная библиотека РИНЦ

elibrary.ru

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.