

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы

д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

(подпись)

«10» февраля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Разработка и реализация коммуникационной стратегии»

(Наименование дисциплины)

|                                                       |                                                              |
|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Код направления подготовки/<br>специальности          | 42.04.01                                                     |
| Наименование направления<br>подготовки/ специальности | Реклама и связи с общественностью                            |
| Наименование направленности/<br>специализации         | Реклама и связи с общественностью в креативных<br>индустриях |
| Форма обучения                                        | очная                                                        |
| Год приема                                            | 2026                                                         |

Санкт-Петербург– 2026

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

09.02.2026

(подпись, дата)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«10» февраля 2026 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.

(уч. степень, звание)

10.02.2026

(подпись, дата)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

старший преподаватель

(должность, уч. степень, звание)

10.02.2026

(подпись, дата)

М.Б. Капелюш

(инициалы, фамилия)

## Аннотация

Дисциплина «Разработка и реализация коммуникационной стратегии» входит в образовательную программу высшего образования – программу магистратуры по направлению подготовки/ специальности 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности/специализации «Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

УК-1 «Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий»

УК-2 «Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла»

ПК-3 «Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими основами стратегического планирования коммуникаций, методами анализа внешней и внутренней среды, технологиями разработки коммуникационных стратегий, инструментами реализации и оценки эффективности коммуникационных проектов в креативных индустриях, а также управлением проектами на всех этапах жизненного цикла.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский».

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

## 1.1. Цели преподавания дисциплины

Целью преподавания дисциплины является формирование у магистрантов системы знаний и практических навыков в области разработки и реализации коммуникационных стратегий, овладение методами критического анализа и системного подхода к решению проблемных ситуаций, развитие способностей к управлению проектами на всех этапах их жизненного цикла, а также формирование компетенций в области проектно-аналитической деятельности с учетом специфики креативных индустрий.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

| Категория (группа) компетенции | Код и наименование компетенции                                                                                                  | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Универсальные компетенции      | УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий | УК-1.3.1 знать методы критического анализа и системного подхода; методики разработки стратегии действий для выявления и решения проблемных ситуаций                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Универсальные компетенции      | УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла                                                            | УК-2.3.1 знать этапы жизненного цикла проекта; виды ресурсов и ограничений для решения проектных задач; необходимые для осуществления проектной деятельности правовые нормы и принципы управления проектами<br>УК-2.3.2 знать цифровые инструменты, предназначенные для разработки проекта/решения задачи; методы и программные средства управления проектами<br>УК-2.В.1 владеть навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла |
| Профессиональные компетенции   | ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы                        | ПК-3.3.1 знать аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применять их на практике<br>ПК-3.В.1 владеть на основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии, навыком выстраивания работы подразделения/предприятия и применять                                                                 |

|  |  |                                                |
|--|--|------------------------------------------------|
|  |  | технологии организации коммуникационной работы |
|--|--|------------------------------------------------|

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- Методология и организация научных исследований;
- Создание цифрового продукта и продакт-менеджмент;
- Технологии рекламы и связей с общественностью в креативных индустриях;
- Креативность рекламы и связей с общественностью;
- Digital-тренды в стартаппредпринимательстве.

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- Визуальные коммуникации в креативных индустриях;
- Современные проблемы рекламного бизнеса и PR;
- Креативные маркетинговые коммуникации;
- Аналитика трендов.

## 3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

| Вид учебной работы                                                                        | Всего  | Трудоемкость по семестрам |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------------------------|
|                                                                                           |        | №3                        |
| 1                                                                                         | 2      | 3                         |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)</b>                                           | 5/ 180 | 5/ 180                    |
| <b>Из них часов практической подготовки</b>                                               | 11     | 11                        |
| <b>Аудиторные занятия, всего час.</b>                                                     | 51     | 51                        |
| в том числе:                                                                              |        |                           |
| лекции (Л), (час)                                                                         | 17     | 17                        |
| практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)                                              | 34     | 34                        |
| лабораторные работы (ЛР), (час)                                                           |        |                           |
| курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)                                                  |        |                           |
| экзамен, (час)                                                                            | 54     | 54                        |
| <b>Самостоятельная работа, всего (час)</b>                                                | 75     | 75                        |
| <b>Вид промежуточной аттестации:</b> зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.) | Экз.,  | Экз.,                     |

## 4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

| Разделы, темы дисциплины              | Лекции (час) | ПЗ (СЗ) (час) | ЛР (час) | КП/КР (час) | СР (час)  |
|---------------------------------------|--------------|---------------|----------|-------------|-----------|
| Семестр 3                             |              |               |          |             |           |
| <b>Раздел 1. Теоретические основы</b> | <b>4</b>     | <b>6</b>      | -        | -           | <b>15</b> |

|                                                                                                        |          |          |   |   |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|---|---|-----------|
| <b>стратегического планирования коммуникаций</b>                                                       |          |          |   |   |           |
| Тема 1.1. Понятие, виды и роль коммуникационных стратегий в современном бизнесе.                       | 2        | 3        | - | - | 7         |
| Тема 1.2. Эволюция подходов к стратегическому планированию коммуникаций.                               | 2        | 3        | - | - | 8         |
| <b>Раздел 2. Анализ ситуации и постановка целей коммуникационной стратегии</b>                         | <b>4</b> | <b>8</b> | - | - | <b>20</b> |
| Тема 2.1. Методы анализа внешней и внутренней среды (PEST, SWOT, портфельные модели).                  | 2        | 4        | - | - | 10        |
| Тема 2.2. Постановка целей и задач коммуникационной стратегии (SMART, коммуникационные и бизнес-цели). | 2        | 4        | - | - | 10        |
| <b>Раздел 3. Разработка коммуникационной стратегии</b>                                                 | <b>3</b> | <b>8</b> | - | - | <b>18</b> |
| Тема 3.1. Выбор целевой аудитории и позиционирование бренда.                                           | 1,5      | 4        | - | - | 9         |
| Тема 3.2. Разработка креативной концепции и медиастратегии.                                            | 1,5      | 4        | - | - | 9         |
| <b>Раздел 4. Реализация и управление коммуникационным проектом</b>                                     | <b>3</b> | <b>8</b> | - | - | <b>14</b> |
| Тема 4.1. Планирование и бюджетирование коммуникационного проекта.                                     | 1,5      | 4        | - | - | 7         |
| Тема 4.2. Управление командой, рисками и качеством в проекте.                                          | 1,5      | 4        | - | - | 7         |
| <b>Раздел 5. Оценка эффективности и корректировка стратегии</b>                                        | <b>3</b> | <b>4</b> | - | - | <b>8</b>  |
| Тема 5.1. Методы оценки эффективности коммуникационных стратегий.                                      | 1,5      | 2        | - | - | 4         |
| Тема 5.2. Корректировка стратегии на основе результатов и обратной связи.                              | 1,5      | 2        | - | - | 4         |
| Итого в семестре:                                                                                      | 17       | 34       | - | - | 75        |
| Итого                                                                                                  | 17       | 34       | 0 | 0 | 75        |

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

| Номер раздела | Название и содержание разделов и тем лекционных занятий                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1             | <b>Тема 1.1. Понятие, виды и роль коммуникационных стратегий в современном бизнесе.</b> Определение стратегии. Коммуникационная стратегия в системе маркетинговых и корпоративных стратегий. Виды коммуникационных стратегий (наступательная, оборонительная, удерживающая и др.). Роль |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | стратегии в достижении целей организации.                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 1 | <b>Тема 1.2. Эволюция подходов к стратегическому планированию коммуникаций.</b> Исторические этапы развития стратегического планирования. Современные концепции: интегрированные маркетинговые коммуникации (IMC), управление репутацией, бренд-ориентированный подход. Тренды и вызовы в стратегическом планировании. |
| 2 | <b>Тема 2.1. Методы анализа внешней и внутренней среды.</b> Системный подход к анализу ситуации. PEST-анализ макросреды. SWOT-анализ. Анализ конкурентов и рыночной ситуации. Анализ стейкхолдеров. Внутренний аудит коммуникаций.                                                                                     |
| 2 | <b>Тема 2.2. Постановка целей и задач коммуникационной стратегии.</b> Критерии SMART для постановки целей. Различие между бизнес-целями и коммуникационными целями. Примеры целей: узнаваемость, лояльность, репутация, продажи. Декомпозиция целей на задачи и мероприятия.                                           |
| 3 | <b>Тема 3.1. Выбор целевой аудитории и позиционирование бренда.</b> Сегментация аудитории. Психографические и демографические профили. Целевые группы (B2B, B2C). Позиционирование: определение УТП, ценности бренда. Карта восприятия.                                                                                |
| 3 | <b>Тема 3.2. Разработка креативной концепции и медиастратегии.</b> Креативная концепция как основа стратегии. Разработка ключевых сообщений. Выбор каналов коммуникации: офлайн и онлайн, интегрированный подход. Медиапланирование и бюджетирование.                                                                  |
| 4 | <b>Тема 4.1. Планирование и бюджетирование коммуникационного проекта.</b> Разработка детального плана реализации. Методы бюджетирования: метод процента от продаж, конкурентный паритет, целевой метод. Управление ресурсами: временными, финансовыми, человеческими.                                                  |
| 4 | <b>Тема 4.2. Управление командой, рисками и качеством в проекте.</b> Формирование проектной команды. Распределение ролей. Мотивация и лидерство. Управление рисками: идентификация, оценка, минимизация. Обеспечение качества: стандарты, KPI, контрольные точки.                                                      |
| 5 | <b>Тема 5.1. Методы оценки эффективности коммуникационных стратегий.</b> Классификация показателей эффективности: маркетинговые, коммуникационные, экономические. Методы сбора данных: опросы, аналитика, A/B-тесты, медиаизмерения. Оценка ROI, ROMI.                                                                 |
| 5 | <b>Тема 5.2. Корректировка стратегии на основе результатов и обратной связи.</b> Анализ отклонений от плана. Интерпретация результатов. Принятие решений о корректировке стратегии. Управление знаниями и документация. Рекомендации по улучшению будущих стратегий.                                                   |

#### 4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

| № п/п | Темы практических занятий | Формы практических занятий | Трудоемкость, (час) | Из них практической подготовки, (час) | № раздела дисциплины |
|-------|---------------------------|----------------------------|---------------------|---------------------------------------|----------------------|
|-------|---------------------------|----------------------------|---------------------|---------------------------------------|----------------------|

| Семестр 3 |                                                                                |                                                    |    |    |     |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|----|----|-----|
| 1         | Анализ коммуникационных стратегий реальных брендов (кейс-стади).               | Групповая дискуссия, презентация.                  | 3  | 1  | 1   |
| 2         | Проведение PEST- и SWOT-анализа для заданной компании.                         | Практическая работа в группах, защита результатов. | 4  | 1  | 2   |
| 3         | Постановка целей и задач коммуникационной стратегии по брифу.                  | Проектная работа, деловая игра.                    | 4  | 1  | 2   |
| 4         | Разработка позиционирования и УТП для нового продукта.                         | Творческий практикум, защита концепций.            | 4  | 1  | 3   |
| 5         | Разработка креативной концепции и ключевых сообщений.                          | Мозговой штурм, презентация.                       | 4  | 1  | 3   |
| 6         | Разработка медиаплана и бюджетирование кампании.                               | Практические расчёты, работа с шаблонами.          | 4  | 1  | 4   |
| 7         | Моделирование управления проектом: распределение ролей, риски, контроль.       | Деловая игра, ролевая игра.                        | 4  | 1  | 4   |
| 8         | Оценка эффективности коммуникационной кампании: расчёт показателей.            | Аналитический практикум.                           | 2  | 1  | 5   |
| 9         | Разработка и защита комплексной коммуникационной стратегии (групповой проект). | Защита проектов, peer-review.                      | 5  | 3  | 1-5 |
| Всего     |                                                                                |                                                    | 34 | 11 |     |

#### 4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

| № п/п | Наименование лабораторных работ | Трудоемкость, (час) | Из них практической подготовки, | № раздела дисцип |
|-------|---------------------------------|---------------------|---------------------------------|------------------|
|-------|---------------------------------|---------------------|---------------------------------|------------------|

|                                 |  |  |       |      |
|---------------------------------|--|--|-------|------|
|                                 |  |  | (час) | лины |
| Учебным планом не предусмотрено |  |  |       |      |
|                                 |  |  |       |      |
| Всего                           |  |  |       |      |

4.5. Выполнение курсового проекта/ курсовой работы  
Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся  
Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

| Вид самостоятельной работы                        | Всего,<br>час | Семестр 3,<br>час |
|---------------------------------------------------|---------------|-------------------|
| 1                                                 | 2             | 3                 |
| Изучение теоретического материала дисциплины (ТО) | 30            | 30                |
| Курсовое проектирование (КП, КР)                  | -             | -                 |
| Расчетно-графические задания (РГЗ)                | -             | -                 |
| Выполнение реферата (Р)                           | -             | -                 |
| Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ) | 8             | 8                 |
| Домашнее задание (ДЗ)                             | 18            | 18                |
| Контрольные работы заочников (КРЗ)                | -             | -                 |
| Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)        | 9             | 9                 |
| Всего:                                            | 75            | 75                |

5. Перечень учебно-методического обеспечения  
для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)  
Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. разделов 6-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий  
Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.  
Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

| Шифр/<br>URL адрес                                                                                                   | Библиографическая ссылка                                                                                                              | Количество экземпляров в библиотеке<br>(кроме электронных экземпляров) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| URL: <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a><br>Режим доступа: для авторизованных пользователей.           | Костина, А.В. Разработка и реализация коммуникационной стратегии : учебник для вузов / А.В. Костина. – Москва : Юрайт, 2025. – 280 с. |                                                                        |
| URL: <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a><br>Режим доступа: для авторизованных пользователей. | Соколова, Е.Н. Управление коммуникационными проектами : учебно-методическое пособие / Е.Н. Соколова. – СПб. : Лань, 2024. – 170 с.    |                                                                        |

7. Перечень электронных образовательных ресурсов  
информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

| URL адрес                                               | Наименование                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <a href="https://pro.guap.ru/">https://pro.guap.ru/</a> | Элементы электронного курса по дисциплине размещены <u>внутри ЭИОС ГУАП «Интегрированная среда обучения»</u> |

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

| № п/п | Наименование                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Электронная информационно-образовательная среда ГУАП «Интегрированная среда обучения» ( <a href="https://pro.guap.ru/">https://pro.guap.ru/</a> разработана сотрудниками ГУАП (введена в эксплуатацию приказом ГУАП от 06.06.2017 № 05-215/17), перечень модулей и их функциональное назначение изложены по ссылке <a href="https://guap.ru/it/system/iso">https://guap.ru/it/system/iso</a> |
| 2     | Официальный сайт образовательной организации в сети «Интернет» ( <a href="https://guap.ru/">https://guap.ru/</a> ), разработан сотрудниками ГУАП (введен в эксплуатацию Приказом ГУАП от 23.03.2023 № 05-145/23)                                                                                                                                                                             |
| 3     | Microsoft Office 2019 (договор ГУАП, информация о лицензии представлена по ссылке <a href="https://guap.ru/it/system/iso/po">https://guap.ru/it/system/iso/po</a> )                                                                                                                                                                                                                          |
| 4     | LibreOffice 5 (Лицензия LGPLv3)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 5     | MozillaFirefox(лицензии GPL/LGPL/MPL)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 6     | VLC media player (Лицензия: GNU LesserGeneralPublicLicense v2.1+)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

| № п/п | Наименование                                                                                                                                                                                   |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | Электронные библиотечные ресурсы и системы                                                                                                                                                     |
| 1     | Электронный каталог библиотеки ГУАП с доступом к базе полнотекстовых изданий ( <a href="https://lib.guap.ru/">https://lib.guap.ru/</a> ), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП |
| 2     | Научная электронная библиотека «eLIBRARY» ( <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a> ), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП       |
| 3     | ЭБС «Лань» ( <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a> ), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП                                  |
| 4     | ЭБС Znanium ( <a href="https://znanium.ru/">https://znanium.ru/</a> ), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП                                       |
| 5     | Образовательная платформа «Юрайт» ( <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> ), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП                     |

|   |                                                                                                                                                            |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП                                                                                              |
| 6 | Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» ( <a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a> ), свободный доступ                        |
|   | Информационные и справочно-правовые системы                                                                                                                |
| 1 | "Консультант Плюс" ( <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> ) сетевая версия для образовательных организаций, доступ по IP -адресам ГУАП |

#### 9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

| № п/п | Наименование составной части материально-технической базы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Номер аудитории (при необходимости) |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 1     | Учебная аудитория для занятий лекционного типа, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации - Мультимедийная лекционная аудитория: Специализированная мебель; технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории; набор демонстрационного оборудования. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.          |                                     |
| 2     | Учебная аудитория для занятий семинарского типа (в том числе практических занятий), для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для воспитательной работы. Укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi. |                                     |
| 3     | Библиотека, Интернет-класс ГУАП (для самостоятельной работы). Помещения укомплектованы специализированной мебелью, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет». Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.                                                                                                                                                                |                                     |

#### 10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

| Вид промежуточной аттестации | Перечень оценочных средств            |
|------------------------------|---------------------------------------|
| Экзамен                      | Список вопросов к экзамену;<br>Тесты. |

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности

компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

| Оценка компетенции                    | Характеристика сформированных компетенций                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5-балльная шкала                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| «отлично»<br>«зачтено»                | Обучающийся:<br>– глубоко и всесторонне усвоил программный материал;<br>– уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;<br>– опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно связывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления;<br>– умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;<br>– делает выводы и обобщения;<br>– свободно владеет системой специализированных понятий.<br>– правильно выполнил от 90% до 100% тестовых заданий**. |
| «хорошо»<br>«зачтено»                 | Обучающийся:<br>– твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы;<br>– не допускает существенных неточностей;<br>– увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления;<br>– аргументирует научные положения;<br>– делает выводы и обобщения;<br>– владеет системой специализированных понятий.<br>– правильно выполнил от 70% до 89% тестовых заданий**.                                                                   |
| «удовлетворительно»<br>«зачтено»      | – обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы;<br>– допускает несущественные ошибки и неточности;<br>– испытывает затруднения в практическом применении знаний направления;<br>– слабо аргументирует научные положения;<br>– затрудняется в формулировании выводов и обобщений;<br>– частично владеет системой специализированных понятий.<br>– правильно выполнил от 51% до 69% тестовых заданий**.                    |
| «неудовлетворительно»<br>«не зачтено» | – обучающийся не усвоил значительной части программного материала;<br>– допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении;<br>– испытывает трудности в практическом применении знаний;<br>– не может аргументировать научные положения;<br>– не формулирует выводов и обобщений.<br>– правильно выполнил менее 51% тестовых заданий**.                                                                                                                            |

Примечание: \*\* по решению кафедры процент правильно выполненных тестовых заданий может быть изменен.

### 10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

| № п/п | Перечень вопросов (задач) для экзамена                                             | Код индикатора |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 1     | Понятие и виды коммуникационных стратегий. Их роль в достижении целей организации. | УК-1.3.1       |
| 2     | Этапы разработки коммуникационной стратегии.                                       | УК-2.3.1       |

|    |                                                                              |          |
|----|------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3  | Методы анализа внешней и внутренней среды (PEST, SWOT, портфельные модели).  | УК-1.3.1 |
| 4  | Постановка целей и задач коммуникационной стратегии (SMART).                 | УК-2.У.1 |
| 5  | Выбор целевой аудитории и методы сегментации.                                | ПК-3.3.1 |
| 6  | Позиционирование бренда и разработка УТП.                                    | ПК-3.3.1 |
| 7  | Разработка креативной концепции коммуникационной стратегии.                  | ПК-3.3.1 |
| 8  | Интегрированные маркетинговые коммуникации (IMC) как основа стратегии.       | УК-1.3.1 |
| 9  | Медиастратегия: выбор каналов и инструментов коммуникации.                   | УК-2.3.2 |
| 10 | Бюджетирование коммуникационного проекта: методы и подходы.                  | УК-2.У.1 |
| 11 | Управление командой в коммуникационном проекте.                              | УК-2.В.1 |
| 12 | Управление рисками в коммуникационных проектах.                              | УК-2.В.1 |
| 13 | Методы оценки эффективности коммуникационных стратегий.                      | ПК-3.3.1 |
| 14 | Показатели эффективности: коммуникационные, маркетинговые, экономические.    | ПК-3.3.1 |
| 15 | Корректировка стратегии на основе результатов оценки.                        | УК-1.3.1 |
| 16 | Критический анализ проблемных ситуаций при разработке стратегии.             | УК-1.3.1 |
| 17 | Цифровые инструменты управления коммуникационными проектами.                 | УК-2.3.2 |
| 18 | Специфика разработки коммуникационных стратегий в креативных индустриях.     | ПК-3.В.1 |
| 19 | Этапы жизненного цикла коммуникационного проекта.                            | УК-2.3.1 |
| 20 | Роль лидерства и командной стратегии в реализации коммуникационного проекта. | УК-2.В.1 |

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

| № п/п | Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета | Код индикатора |
|-------|-----------------------------------------------------|----------------|
|       | Учебным планом не предусмотрено                     |                |

Перечень тем для выполнения курсового проекта/ курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для выполнения курсового проекта / курсовой работы

| № п/п | Примерный перечень тем для выполнения курсового проекта/ курсовой работы |
|-------|--------------------------------------------------------------------------|
|       | Учебным планом не предусмотрено                                          |

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

| № п/п | Примерный перечень вопросов для тестов                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Код индикатора                                  |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 1     | <p><b>1. Что такое коммуникационная стратегия?</b></p> <p>а) План продвижения товаров на рынке</p> <p>б) Долгосрочный план коммуникационной деятельности для достижения целей организации</p> <p>в) Набор рекламных материалов</p> <p>г) Бюджет на рекламу</p> <p><b>2. Какие инструменты используются для анализа внешней</b></p> | УК-1.3.1,<br>УК-2.3.1,<br>УК-2.У.1,<br>ПК-3.3.1 |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                              |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
|   | <p><b>среды? (Выберите несколько)</b></p> <p>а) PEST-анализ<br/> б) SWOT-анализ (внешние факторы)<br/> в) Анализ конкурентов<br/> г) Анализ финансовой отчётности<br/> д) Опрос сотрудников</p> <p><b>3. Соотнесите понятие и его характеристику:</b></p> <p>А) Миссия организации<br/> Б) Целевая аудитория<br/> В) Позиционирование<br/> 1) Группа людей, на которую направлена коммуникация<br/> 2) Место бренда в сознании потребителей относительно конкурентов<br/> 3) Основная цель существования организации</p> <p><b>4. Установите последовательность этапов разработки коммуникационной стратегии:</b></p> <p>1) Разработка креативной концепции<br/> 2) Анализ ситуации<br/> 3) Постановка целей<br/> 4) Оценка эффективности<br/> 5) Реализация</p> <p><b>5. Напишите развернутый ответ:</b><br/> Какие критерии используются для оценки эффективности коммуникационной стратегии?</p> |                                                              |
| 2 | <p><b>1. Что такое SMART-цели?</b></p> <p>а) Цели, которые легко достичь<br/> б) Конкретные, измеримые, достижимые, релевантные, ограниченные во времени цели<br/> в) Стратегические цели организации<br/> г) Финансовые цели</p> <p><b>2. Какие элементы включает в себя коммуникационная стратегия? (Выберите несколько)</b></p> <p>а) Целевая аудитория<br/> б) Ключевые сообщения<br/> в) Медиаплан<br/> г) Бюджет<br/> д) Штатное расписание</p> <p><b>3. Соотнесите метод анализа и его описание:</b></p> <p>А) SWOT-анализ<br/> Б) PEST-анализ<br/> В) Анализ конкурентов<br/> 1) Анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов<br/> 2) Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз<br/> 3) Изучение действий и позиций рыночных соперников</p> <p><b>4. Установите последовательность действий при управлении</b></p>                                  | <p>УК-1.3.1,<br/> УК-2.3.2,<br/> УК-2.В.1,<br/> ПК-3.В.1</p> |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | <b>коммуникационным проектом:</b><br>1) Контроль исполнения<br>2) Планирование<br>3) Завершение<br>4) Инициация<br>5) Мониторинг<br><br><b>5. Напишите развернутый ответ:</b><br>В чем заключается роль системного подхода при разработке коммуникационной стратегии? |  |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

| № п/п | Перечень контрольных работ |
|-------|----------------------------|
|       | Не предусмотрено           |

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

#### 11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

##### 11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

##### Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал сопровождается демонстрацией слайдов, разбором реальных стратегических кейсов, а также проведением коротких дискуссий об особенностях применения отдельных методов. Конспекты лекций проверяются преподавателем в ходе текущего контроля.

### 11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Основной целью для обучающегося является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умения работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п. В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием семинарских занятий являются узловые, наиболее трудные для понимания и усвоения темы, разделы дисциплины. Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности.

При подготовке к семинарскому занятию по теме лекции необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

Требования к подготовке и участию в семинарах:

- Изучите вопросы семинара, представленные в плане занятия.
- Ознакомьтесь с обязательной и дополнительной литературой по теме.
- Подготовьте краткие тезисы или план ответа по каждому вопросу.
- Будьте готовы к обсуждению, дискуссии, аргументированию своей позиции.
- Для докладов и сообщений подготовьте презентацию или раздаточный материал.

На семинарских занятиях по разработке коммуникационной стратегии приветствуется:

- анализ реальных стратегий известных компаний;
- работа в малых группах над разработкой стратегических документов;
- представление собственных проектных решений и их критический анализ.

### 11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям:

- повторите соответствующий лекционный материал;
- ознакомьтесь с заданием, которое будет выполняться на занятии (выдаётся заранее);
- при выполнении групповых заданий распределите роли и согласуйте план работы;

– результаты работы оформляйте в виде текста, презентации или отчёта (по указанию преподавателя).

11.4. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ

*Учебным планом дисциплины выполнение лабораторных работ не предусмотрено.*

11.5. Методические указания для обучающихся по выполнению курсового проекта/ курсовой работы

*Учебным планом дисциплины выполнение курсового проекта/курсовой работы не предусмотрено.*

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Виды самостоятельной работы по дисциплине:

- Изучение теоретического материала по темам, вынесенным на самостоятельное освоение.
- Подготовка к практическим занятиям (выполнение домашних заданий, анализ кейсов, разработка стратегических документов).
- Выполнение проектной работы (разработка комплексной коммуникационной стратегии для заданной компании).
- Подготовка к текущему контролю успеваемости (тесты, коллоквиумы).
- Подготовка к промежуточной аттестации (экзамен).

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся, являются:

- учебно-методический материал по дисциплине (конспекты лекций, презентации, глоссарий);
- методические указания по выполнению домашних заданий (размещаются в ЭИОС);
- список рекомендованной литературы и электронных ресурсов.

11.7. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости по дисциплине направлен на систематическую проверку уровня освоения теоретического материала, сформированности практических навыков и готовности к самостоятельной проектной деятельности.

Формы текущего контроля:

| Форма контроля                                            | Периодичность                               | Метод проведения                                                                                  | Балльная оценка |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Устный опрос /<br>блиц-опрос                              | На каждом<br>практическом<br>занятии        | Фронтальный опрос по материалу<br>предыдущего занятия или<br>домашнему заданию (3–5<br>вопросов). | 0–5<br>баллов   |
| Проверка<br>домашних заданий<br>(аналитические<br>работы) | После каждого<br>занятия (по<br>расписанию) | Защита выполненного задания с<br>обоснованием решений.                                            | 0–15<br>баллов  |
| Коллоквиум<br>(письменная)                                | В середине<br>семестра (около 8-            | Письменный опрос по<br>теоретическим разделам (1–3) по                                            | 0–20<br>баллов  |

| работа)                                     | й недели)                                | билетам.                                                                         |             |
|---------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Групповой проект<br>(комплексная стратегия) | По завершении изучения основных разделов | Разработка коммуникационной стратегии для реальной компании с публичной защитой. | 0–40 баллов |
| Тестирование                                | По завершении модулей                    | Тесты закрытого и открытого типа по терминологии и технологиям.                  | 0–20 баллов |

Все формы контроля обязательны. Пропуск без уважительной причины оценивается в 0 баллов.

Учёт текущего контроля при промежуточной аттестации:

Экзамен состоит из устного ответа на вопросы (50 % итоговой оценки) и выполнения практического задания (разработка фрагмента стратегии или анализ кейса). К экзамену допускаются студенты, набравшие не менее 60 баллов из 100 по текущему контролю.

Итоговая оценка формируется как сумма: текущий контроль (макс. 100) + экзамен (макс. 100). Перевод баллов: «отлично» – 170–200, «хорошо» – 130–169, «удовлетворительно» – 90–129, «неудовлетворительно» – менее 90.

11.8. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Основная форма проведения экзамена – устный ответ на вопросы и выполнение практического задания (разработка стратегического документа или анализ проблемной ситуации). Вопросы для подготовки представлены в таблице 15 данной РПД. К экзамену допускаются обучающиеся, прошедшие текущий контроль и защитившие все практические работы.

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программам высшего образования».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

| Дата внесения изменений и дополнений.<br>Подпись внесшего изменения | Содержание изменений и дополнений | Дата и № протокола заседания кафедры | Подпись зав. кафедрой |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|-----------------------|
|                                                                     |                                   |                                      |                       |
|                                                                     |                                   |                                      |                       |
|                                                                     |                                   |                                      |                       |
|                                                                     |                                   |                                      |                       |
|                                                                     |                                   |                                      |                       |