



УТВЕРЖДЕНО

на заседании Учёного совета

ОУП ВО «АТиСО»

«25» марта 2025 года протоколом № 9



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.04.06 ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ

**Направление подготовки
39.03.02 Социальная работа**

**Направленность (профиль) подготовки
Психологическое консультирование в социальной работе**

**Квалификация выпускника
«Бакалавр»**

Кафедра непроизводственной сферы и социальных технологий

Разработчики программы: доцент Н. Л. Симонец

Заведующий кафедрой непроизводственной
сферы и социальных технологий

Т.С. Бутырская

Декан социально-гуманитарного
факультета

Е.Г. Пономарева

«18» марта 2025 г.

«20» марта 2025 г.

Оглавление

1.	ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	3
2.	ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	3
2.1	Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
2.2	Результаты освоения образовательной программы	4
4.	ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ	4
5.	СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	4
5.1	Содержание дисциплины (модуля)	4
5.2	Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий	7
6.	ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	7
7.	ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА	9
8.	ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	10
9.	ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО- МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .	10
10.	ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целью изучения дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации в социальной работе» является - формирование у студентов профессиональных компетенций направленных на освоение основных принципов комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций и их применению в социальной сфере.

Задачи изучения дисциплины:

1. Изучение соотношения «интегрированных коммуникаций» (integrated communications — IC) и «интегрированных маркетинговых коммуникаций» (integrated marketing communications — IMC);
2. Формирования целостного представления о коммуникативных технологиях, используемых в социальной сфере.
3. Познакомить с основными элементами коммуникационного пространства в социальной сфере.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации в социальной работе» направлено на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональных компетенций и индикаторов их достижения:

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижений общепрофессиональной компетенции
ОПК-1 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-1.1 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для сбора и хранения информации при решении профессиональных задач в сфере социальной работы; ОПК-1.2 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для обработки информации при решении профессиональных задач в сфере социальной работы; ОПК-1.3 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для представления информации при решении профессиональных задач в сфере социальной работы
ОПК-3 Способен составлять и оформлять отчеты по результатам профессиональной деятельности в сфере социальной работы	ОПК-3.1 Систематизирует результаты профессиональной деятельности в сфере социальной работы в форме отчетов; ОПК-3.2 Представляет результаты научной и практической деятельности в форме публичных выступлений и/или публикаций
ОПК-4 Способен к использованию, контролю и оценке методов и приемов осуществления профессиональной деятельности в сфере социальной работы	ОПК-4.1 Применяет основные методы и приемы профессиональной деятельности в сфере социальной работы; ОПК-4.2 Оценивает эффективность применения конкретных методов и приемов профессиональной деятельности в сфере социальной работы; ОПК-4.3 Применяет методы контроля в профессиональной деятельности в сфере социальной работы

2.2 Результаты освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Уметь: составлять и оформлять отчеты по результатам профессиональной деятельности в сфере социальной работы

Навыки и/или опыт деятельности: применять современные информационно-коммуникационные технологии для представления информации при решении профессиональных задач в сфере социальной работы

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к дисциплинам обязательной части учебного плана направления подготовки 39.03.02 «Социальная работа».

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Объем дисциплины	Всего часов		
	Для очной формы обучения	Для очно-заочной формы обучения	Для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины (зачетных единиц/часов)	5/180		5/180
Контактная работа – аудиторные занятия:	42		18
Лекции	16		4
Семинары, практические занятия	24		12
Лабораторные работы			
КтЭККонс	2		2
Самостоятельная работа обучающегося (всего с промежуточной аттестацией)	104		155
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	Экзамен (34)		Экзамен (7)

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение в коммуникативную деятельность

Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) и интегрированных коммуникаций. Экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития технологий интегрированных маркетинговых коммуникаций. Реклама, маркетинг и связи с общественностью (PR) как виды интегрированных маркетинговых коммуникаций. Их предметное различие, сходство и взаимосвязанность. Общая характеристика инструментов рекламы, связей с общественностью и маркетинга. Профессиональные требования к специалисту в области ИМК.

Профессионально-личностные качества специалистов в коммуникации: коммуникативная культура, управленческая компетентность, креативность. Научные основания коммуникативистики как профессиональной сферы: социальная психология, социология, экономика, политология, философия. Информационные основы коммуникативной деятельности: Базовая схема процесса передачи информации: источник – послание – адресат. Содержательная направленность работы специалиста в ИМК с информацией. Характеристика источников социальной информации: документ, человек и предметно-вещественная среда. СМИ, информационные агентства, Интернет и архивы как источников информации. Каналы информации и их особенности. Предметные различия работа с информацией в социальной работе по критериям: сбора информации, анализа информации, постановки целей ее продвижения, выделения целевых аудиторий, разных способов потребления информации.

Тема 2. Предмет, основные направления и инструменты интегрированных коммуникаций

Коммуникация как процесс. Коммуникации как объект научного анализа и практического интереса. Коммуникационная теория Г. Лассуэл (1948). Факторы коммуникации: целевая аудитория, специфика коммуникационных каналов. Односторонняя и двухсторонняя модели коммуникации. Стадии распространения информации. Факторы влияния на эффективность коммуникационного процесса. Модели коммуникации Дж.Грунига и Т.Ханта. Понятие общественного мнения. Формы проявления общественного мнения в вербальных или поведенческих действиях. Подходы. Мнения. Действия. Факторы формирования подходов в общественном мнении. Явление когнитивного диссонанса. Мотивация изменений в подходах. 6 принципов активизации аудитории. Теория убеждения Майкла Рея. Влияние на общественное мнение. Законы общественного мнения ХадлиКантрила.

Понятие массовой коммуникация. Основные функции коммуникации. Социальная коммуникация как обмен информации между социальными субъектами. Понятия «информация», «социальная информация», «PR – информация». Свойства информации: атрибутивные (понятийные), прагматические, динамические. Виды информации по степени общественной значимости: массовая, социальная и личностная. Социальная информация и связи с общественностью. Информационное поле.

Базисный субъект и сущность интегрированных коммуникаций. Рыночный и конкурентный анализ свойств товара, сегментирование потребительской аудитории, мотивы потребления, цели компании. Сегментирование рынка и позиционирование брендов. Понятие репутации и ее ценность для организации. Драйверы организации и бренда как инструменты ИК: миссия, ценности, история, мифы. Культурная идентичность организации. Бренд как средство формирования имиджа организации и стратегия управления формирования ее культуры. Путь к установлению хорошей репутации. Корпоративная миссия и корпоративная культура в формировании корпоративной репутации. Функции корпоративного позиционирования.

Репутация руководителя - имидж корпорации. Составные элементы корпоративной культуры: стратегия, история и мифология, ценности и символы, структура власти, организационная структура, ритуалы и повседневная практика. Фирменный стиль. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом: корпоративная многотиражная газета, информационные бюллетени, другие формы.

Рекламные идентификаторы: Торговая марка, логотип, упаковка. Инструменты интегрированных коммуникаций, ATL-реклама, BTL-реклама: собственная реклама, корпоративная реклама, внутреннее издание, представители, фотоматериалы и фильмы, демонстрации экспозиции и специальные мероприятия. Пресс-релиз, пресс-конференция, электронные коммуникации.

Тема 3. Социальная работа как вид профессиональной деятельности.

Сущность социальной работы. Научное осмысление социальной работы. Структурные элементы социальной работы. Уровни социальной работы. Институциональные особенности социальной работы. Категориальный аппарат социальной работы. Задачи социальной работы. Принципы социальной работы. Основные функции социальной работы.

Тема 4. Технологический процесс в социальной работе и характеристика основных технологий социальной работы.

Сущность и структура технологического процесса. Классификация социальных технологий. Классификация методов, используемых в социальной работе. Социальная диагностика: цель, этапы и методы проведения. Технология социального патронажа в социальной работе. Технология социальной адаптации клиента. Технология социальной реабилитации в социальной работе. Технология социальной терапии в социальной работе.

Тема 5. Социологическое обеспечение интегрированных коммуникаций

Цели и задачи эмпирических социологических исследований в ИМК. Роль эмпирических исследований в сегментировании приоритетных групп общественности, проверки эффективности стратегии продвижения, наблюдения за конкурентами, влияния организации на поведение и др. Типология социологических методов исследования: общая характеристика количественных и качественных методов. Их различия и взаимодополняемость. Виды количественных методов исследований. Разновидности анкетного опроса: сплошной, пилотный, телефонный, почтовый, экспертный. Контент-анализ документов, включенное и скрытое наблюдение. Применение количественных методов в исследовании эффективности рекламы и связей с общественностью. Основные направления социологических исследований в маркетинге. Выборка целевой аудитории. Понятие репрезентативности. Типология и виды выборки: случайная и сплошная выборка, квотная и пропорциональная. Сферы применения качественных методов исследования. Методы качественных исследований: метод фокус-групп, глубинное интервью.

Тема 6. Социальная работа с различными группами населения

посредством ИМК

Социальная работа с семьей. Семья как объект социальной работы. Сущность и содержание социальной работы с семьей. Особенности социальной работы с разными категориями семей. Социальная работа с молодежью. Положение молодежи в обществе. Содержание социальной работы с молодежью. Деятельность учреждений органов по делам молодежи. Комплексная поддержка молодой семьи. Развитие волонтерства в молодежной среде. Социальная работа с дезадаптированными детьми и подростками. Система работы с дезадаптированными детьми и подростками. Уличная социальная работа с детьми группы риска. Социальная работа с инвалидами. Особенности жизненной ситуации инвалидов. Направления социальной работы с инвалидами.

5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий

Общая трудоемкость изучения дисциплины по учебному плану: 3.Е. (часов) 5(180)

Формаобучения	Очная				Видконтроля				Экзамен (34)				
Формаобучения	Очно - заочная				Видконтроля								
Формаобучения	Заочная				Видконтроля				Экзамен (7)				
№ п.п.	Порядковый номер темы в соответствии с разделом 5.1 РПД	Очная				Очно-заочная				Заочная			
		Аудиторная (контактная)			СРС	Аудиторная (контактная)			СРС	Аудиторная (контактная)			СРС
		Л	Пр/С	ЛР		Л	Пр/С	ЛР		Л	Пр/С	ЛР	
1.	Тема 1	2	4		16					4	2		26
2.	Тема 2	2	4		18						2		26
3.	Тема 3	4	4		16						2		26
4.	Тема 4	4	4		18						2		26
5.	Тема 5	2	4		18						2		25
6.	Тема 6	2	4		18						2		26
7.	Консультации (контактная)	0	2		0					0	2		0
8.	Промежуточная аттестация (часов)	0	0		34					0	0		7
ВСЕГО ЧАСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ		16	26		138					4	14		162

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Тема 1. Введение в коммуникативную деятельность

Список литературы по теме. См. раздел 7

Задания для самостоятельной работы – подготовить презентации, доклады или устные ответы на следующие темы:

1. Глобализация информационных процессов на современном этапе.
2. Транснациональные экономические и информационные потоки в современном обществе, влияние их на национальные культуры, на национальные ценности.
3. Проблемы информационного общества
4. Профессиональные требования к специалисту в области ИМК.

Тема 2. Предмет, основные направления и инструменты интегрированных коммуникаций

Список литературы по теме. См. раздел 7

Задания для самостоятельной работы – подготовить презентации, доклады или устные ответы на следующие темы:

1. Факторы влияния на эффективность коммуникационного процесса.
2. Соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов. Анкетирование, интервьюирование, тесты, фокус-группы, лабораторные исследования с применением технических средств, психолингвистические процедуры, метод семантического дифференциала.
3. Социальная коммуникация как обмен информации между социальными субъектами.

Тема 3. Социальная работа как вид профессиональной деятельности.

Список литературы по теме. См. раздел 7

Задания для самостоятельной работы – подготовить презентации, доклады или устные ответы на следующие темы:

1. Структурные элементы социальной работы.
2. Социальная работа как профессиональная деятельность. Понятийная характеристика социальной работы как деятельности.
3. История социальной работы в России: периодизация.
4. Методологические проблемы институционализации исторических моделей социальной работы.

Тема 4. Технологический процесс в социальной работе и характеристика основных технологий социальной работы.

Список литературы по теме. См. раздел 7

Задания для самостоятельной работы – подготовить презентации, доклады или устные ответы на следующие темы:

1. Классификация методов, используемых в социальной работе.
2. Социальная диагностика: цель, этапы и методы проведения.
3. Социальная политика государства и социальная работа.
4. Методы и функции социальной работы как деятельности.
5. Система социальной защиты населения в России.
6. Непрофессиональный характер социальной работы.
7. Актуальные социальные проблемы. Роль социальной работы в их решении.

Тема 5. Социологическое обеспечение интегрированных коммуникаций

Список литературы по теме. См. раздел 7

Задания для самостоятельной работы – подготовить презентации, доклады или устные ответы на следующие темы:

1. Роль эмпирических исследований в сегментировании приоритетных групп общественности, проверки эффективности стратегии продвижения, наблюдения за конкурентами, влияния организации на поведение и др.
2. Типология социологических методов исследования: общая характеристика количественных и качественных методов. Их различия и взаимодополняемость.
3. Интегративно-перспективный подход к социальной работе как международной профессии.
4. Тенденции и стратегии социального образования в современном мире.

Тема 6. Социальная работа с различными группами населения посредством ИМК

Список литературы по теме. См. раздел 7

Задания для самостоятельной работы – подготовить презентации, доклады или устные ответы на следующие темы:

2. Семья как объект социальной работы.
3. Деятельность учреждений органов по делам молодежи.
4. Социальная работа с инвалидами и их семьями.
5. Социальная работа с молодыми семьями.
6. Социальная работа с неполными семьями.
7. Специфика социальной работы с многодетными семьями.
8. Социальная работа с одинокими пожилыми людьми и семьями, состоящими из пенсионеров.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС*
1.	Мозговая Е. И.	Теоретические основы социальной работы: учебное пособие	Москва; Берлин: Директ-Медиа	2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=596032
2.	Бердников И.П. Стрижова А.Ф.	PR-коммуникации. Практическое пособие	Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83123.html
3.	Голуб О.Ю. Тихонова С.В.	Теория коммуникации	Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2016	http://www.iprbookshop.ru/57124.html

*ЭБС – электронно - библиотечная система

Дополнительная литература

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС
1.	Агапов Е. П.	История социальной работы: учебное пособие для бакалавров	Москва; Берлин: Директ-Медиа	2015	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375247
2.	Холостова Е. И.	Генезис социальной работы в России:	Москва: Дашков и К°	2021	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375247

		учебное пособие			e=book&id=621892
3.	Архангельская И.Б. Мезина Л.Г. Архангельская А.С.	Интегрированные маркетинговые коммуникации	НИЦ Инфра-М	2016	Электронная библиотека ZNANIUM
4.	Бунг Л. Курц Д.	Современный маркетинг	М: Юнити-Дана	2012	http://www.knigafund.ru/books/164384

8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п/п	Интернет ресурс (адрес) Название программы/Системы	Описание ресурса Описание программы/Системы
1.	www.communicators.ru	Портал Международной ассоциации бизнес-коммуникаторов
2.	www.consultant.ru	Справочная правовая система «КонсультантПлюс»

9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебная аудитория для проведения учебных занятий.

13 парт, 26 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска маркерная, экран, переносное мультимедийное оборудование (мультимедийный проектор, ноутбук, 2 колонки), информационные стенды – 12 шт.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий «Компьютерный класс».

17 столов, 34 посадочных места, рабочее место преподавателя, доска маркерная, 15 компьютеров с выходом в сеть «Интернет», веб-камера, лингафонное оборудование

Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

4 компьютерных стола, 4 компьютера с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ОУП ВО «АТиСО», наушники – 2 шт., доска маркерная, столы-парты 3-х местные – 2 шт., столы-парты 2-х местные – 2 шт., 14 стульев, веб-камера, 2 колонки, переносной экран.

10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

1. Стандартные методы обучения:

- лекции;
- практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- лабораторные работы;
- письменные или устные домашние задания;
- расчетно-аналитические, расчетно-графические задания;
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим/лабораторным занятиям, выполнение указанных выше письменных/устных заданий, работа с литературой.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- интерактивные лекции;
- компьютерные симуляции;
- анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода и имитационных моделей;
- деловые и ролевые игры;
- круглые столы;
- групповые дискуссии и проекты;
- психологические и иные тренинги;
- обсуждение результатов работы студенческих исследовательских групп;
- участие в телеконференциях