

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 06.05.2024 13:44:56  
Уникальный программный ключ:  
e4e919f04dc802624637575c97796a744138b177b881d38f9301d8c2340974f9

## АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

### Организация и проведение коммуникационных кампаний

#### для направления подготовки

#### 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

#### профиль (направленность) «Современные коммуникации и реклама»

#### Уровень бакалавриата

#### Квалификация выпускника

#### Бакалавр

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Целью учебной дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний» является освоение студентами теоретических основ работы профессиональной PR деятельности, а также получение навыков профессиональной работы в области рекламы и связей с общественностью.

#### Задачи учебной дисциплины:

- знать содержание теоретических основ организации и проведения коммуникационных кампаний;
- получить практические навыки исследований, планирования, бюджетирования, подготовки и контроля эффективности коммуникационных кампаний;
- сформировать личностную психологическую направленность, ценностные гуманистические ориентации, интерес к самостоятельному исследованию актуальных проблем

### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина является обязательным элементом части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 ОПОП.

### 1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПКО-1, ПКО-3.

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения профессиональных компетенций
ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от-дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
		ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

		ПКО-1.3. Участвует в организации участия внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
		ПКО-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
		ПКО-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

#### 1.4. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет **8** зачетных единиц.

##### *Очная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		6	7
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>92</b>	<b>44</b>	<b>48</b>
В том числе:			
Учебные занятия лекционного типа	30	14	16
Практические занятия (с использованием деловых игр)	62	30	32
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>183</b>	<b>96</b>	<b>87</b>
В том числе:			
Самоподготовка	103	56	47
Рефераты/доклады	40	20	20
Тестирование	40	20	20
<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>9</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч</b>	<b>8/288</b>	<b>4/144</b>	<b>4/144</b>

##### *Очно-заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		7	8
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>94</b>	<b>46</b>	<b>48</b>
В том числе:			
Учебные занятия лекционного типа	32	16	16
Практические занятия (с использованием деловых игр)	62	30	32
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>181</b>	<b>94</b>	<b>87</b>
В том числе:			
Самоподготовка	101	54	47
Рефераты/доклады	40	20	20
Тестирование	40	20	20

<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>9</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч</b>	<b>8/288</b>	<b>4/144</b>	<b>4/144</b>

### *Заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		7	8
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>34</b>	<b>16</b>	<b>18</b>
В том числе:			
Учебные занятия лекционного типа	12	6	6
Практические занятия (с использованием деловых игр)	22	10	12
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>241</b>	<b>124</b>	<b>117</b>
В том числе:			
Самоподготовка	161	84	77
Рефераты/доклады	40	20	20
Тестирование	40	20	20
<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>9</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч</b>	<b>8/288</b>	<b>4/144</b>	<b>4/144</b>

### 1.5. Содержание учебной дисциплины

№ п/п	Модуль, раздел (тема)
1	Тема 1. Коммуникационная кампания: определение, сущностные характеристики, типология
2	Тема 2. Структура коммуникационной кампании.
3	Тема 3. Коммуникационный аудит
4	Тема 4. Ситуационный анализ.
5	Тема 5. Стратегическое планирование.
6	Тема 6. Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования коммуникационной кампании.
7	Тема 7. Формирование бюджета коммуникационной кампании
8	Тема 8. Оценка эффективности коммуникационной кампании
9	Тема 9. Технологии PR как эффективный инструментарий реализации коммуникационной кампании