

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Игошина Ю. В.



Номер регистрации
РПД_3-42.03.01.03_2018_85304
Актуализировано: 07.05.2021

Рабочая программа дисциплины
Организация и проведение коммуникационных кампаний

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр
Направление подготовки	42.03.01
	шифр
	Реклама и связи с общественностью
	наименование
Направленность (профиль)	3-42.03.01.03
	шифр
	Интегрированные коммуникации
	наименование
Формы обучения	Заочная, Очная
	наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ)
	наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ)
	наименование

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Лисик Татьяна Владимировна

ФИО

Игошина Юлия Викторовна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Обучение основным знаниям и навыкам планирования, разработки, реализации и оценки эффективности рекламных кампаний и кампаний в области связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах
Задачи дисциплины	изучение основных видов, составных элементов и специфики кампаний в области рекламы и связей с общественностью; обучение основным навыкам планирования, разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области рекламы и связей с общественностью; формирование умений планирования и разработки базовых модели рекламных и PR-кампаний.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция ОПК-4

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности		
Знает	Умеет	Владеет
основы рекламы и связей с общественностью	участвовать в исследованиях аудитории	навыками изучения потребностей аудитории

Компетенция ОПК-7

Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности		
Знает	Умеет	Владеет
основные функции специалиста сферы коммуникаций	применять на практике знания о критериях и методах оценки эффективности коммуникационных кампаний	навыками прогнозирования и анализа эффективности коммуникационной деятельности

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Характеристики рекламных, PR-, коммуникационных кампаний	ОПК-4
2	Этапы планирования и реализации коммуникационной кампании	ОПК-7
3	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ОПК-4, ОПК-7

Формы промежуточной аттестации

Зачет	Не предусмотрен (Очная форма обучения) Не предусмотрен (Заочная форма обучения)
Экзамен	6 семестр (Очная форма обучения) 8 семестр (Заочная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	3	6	180	5	91	42	14	28	0	89			6
Заочная форма обучения	4	7, 8	180	5	22.5	20	6	14	0	157.5			8

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Характеристики рекламных, PR-, коммуникационных кампаний»		67.00
Лекции		
Л1.1	Понятие, виды, особенности рекламных кампаний	2.00
Л1.2	Понятие, виды, особенности PR-кампаний	2.00
Л1.3	Понятие, виды, особенности коммуникационных кампаний	1.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Понятие, виды, графики, форматы, особенности рекламных кампаний	2.00
П1.2	PR-кампания и ее место в коммуникационной деятельности организации	2.00
П1.3	Коммуникационная кампания, ее цели и задачи	2.00
П1.4	Сравнительный анализ рекламных, PR- и коммуникационных кампаний	2.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Понятие, виды, особенности рекламных кампаний	10.00
С1.2	Понятие, виды, особенности PR-кампаний	10.00
С1.3	Понятие, виды, особенности коммуникационных кампаний	10.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	24.00
Раздел 2 «Этапы планирования и реализации коммуникационной кампании»		86.00
Лекции		
Л2.1	Модели планирования кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	1.00
Л2.2	Аналитический этап коммуникационной кампании	2.00
Л2.3	Этап планирования и разработки в коммуникационной кампании	2.00
Л2.4	Этап коммуникации с аудиториями	2.00
Л2.5	Оценка эффективности коммуникационной кампании	2.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Кейсы в рамках разных моделей планирования кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	4.00
П2.2	Задачи и объекта аналитического этапа коммуникационной кампании	2.00
П2.3	Позиции и таймлайн этапа планирования и разработки в коммуникационной кампании	4.00
П2.4	Реализация кампании: этап коммуникации с аудиториями	4.00

П2.5	Методики оценки эффективности коммуникационной кампании	2.00
П2.6	Количественные и качественные результаты коммуникационной кампании	4.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Модели планирования кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	7.00
С2.2	Аналитический этап коммуникационной кампании	7.00
С2.3	Этап планирования и разработки в коммуникационной кампании	7.00
С2.4	Этап коммуникации с аудиториями	7.00
С2.5	Оценка эффективности коммуникационной кампании	6.50
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	22.50
Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		27.00
ЭЗ.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР3.2	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР3.1	Сдача экзамена	0.50
ИТОГО		180.00

Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Характеристики рекламных, PR-, коммуникационных кампаний»		60.00
Лекции		
Л1.1	Понятие, виды, особенности рекламных кампаний	1.00
Л1.2	Понятие, виды, особенности PR-кампаний	1.00
Л1.3	Понятие, виды, особенности коммуникационных кампаний	
Семинары, практические занятия		
П1.1	Понятие, виды, графики, форматы, особенности рекламных кампаний	1.00
П1.2	PR-кампания и ее место в коммуникационной деятельности организации	1.00
П1.3	Коммуниационная кампания, ее цели и задачи	1.00
П1.4	Сравнительный анализ рекламных, PR- и коммуникационных кампаний	1.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Понятие, виды, особенности рекламных кампаний	18.00
С1.2	Понятие, виды, особенности PR-кампаний	18.00
С1.3	Понятие, виды, особенности коммуникационных кампаний	18.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	

Раздел 2 «Этапы планирования и реализации коммуникационной кампании»		111.00
Лекции		
Л2.1	Модели планирования кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	1.00
Л2.2	Аналитический этап коммуникационной кампании	1.00
Л2.3	Этап планирования и разработки в коммуникационной кампании	1.00
Л2.4	Этап коммуникации с аудиториями	1.00
Л2.5	Оценка эффективности коммуникационной кампании	
Семинары, практические занятия		
П2.1	Кейсы в рамках разных моделей планирования кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	2.00
П2.2	Задачи и объекта аналитического этапа коммуникационной кампании	1.00
П2.3	Позиции и таймлайн этапа планирования и разработки в коммуникационной кампании	1.00
П2.4	Реализация кампании: этап коммуникации с аудиториями	2.00
П2.5	Методики оценки эффективности коммуникационной кампании	2.00
П2.6	Количественные и качественные результаты коммуникационной кампании	2.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Модели планирования кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	18.00
С2.2	Аналитический этап коммуникационной кампании	19.00
С2.3	Этап планирования и разработки в коммуникационной кампании	19.00
С2.4	Этап коммуникации с аудиториями	19.00
С2.5	Оценка эффективности коммуникационной кампании	22.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		9.00
ЭЗ.1	Подготовка к сдаче экзамена	6.50
КВР3.2	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР3.1	Сдача экзамена	0.50
ИТОГО		180.00

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся знакомятся на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

1) Лашкова, Елена Григорьевна. Организация и проведение коммуникационных кампаний : учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" / Е. Г. Лашкова, А. И. Куценко. - М. : Академия, 2014. - 272 с. : ил. - (Высшее профессиональное образование. Реклама и связи с общественностью) (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 266-268. - ISBN 978-5-7695-6747-6 : 658.27 р. - Текст : непосредственный.

2) Марочкина, С. С. Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий : учебное пособие для студентов направления подготовки 42.03.01 и 42.04.01 «реклама и связи с общественностью» / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. - Сочи : СГУ, 2019. - 66 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/147831> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

3) Чумиков, А. Н. Коммуникационные кампании : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - [Б. м.] : Аспект Пресс, 2014. - 160 с. - ISBN 978-5-7567-0749-6 : Б. ц. - URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=68864 (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

4) Абросимов, Н. В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании / Н.В. Абросимов. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 144 с. - ISBN 978-5-504-00873-8 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139176/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Касьянов, Юрий Владимирович. PR кампания своими силами : [алгоритм проведения PR-кампаний, PR-коммуникации и инструментарий, оценка эффективности кампаний] / Ю. Касьянов. - М. : Питер, 2009. - 186, [1] с. : ил. ; 20 см + 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Готовые маркетинговые решения). - ISBN 978-5-91180-570-8 : 139.70 р., 184.24 р. - Текст : непосредственный.

8) Мельникова, Надежда Анатольевна. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. - 2-е изд. - М. : Дашков и К, 2012. - 180 с. - Библиогр.: с. 179. - ISBN 978-5-394-01550-2 : 133.10 р. - Текст : непосредственный.

9) Паничкина, Галина Георгиевна. Как провести успешную рекламную кампанию / Г. Г. Паничкина, Н. С. Носова. - М. : Дашков и К, 2012. - 160 с. - Библиогр.: с. 157-159. - ISBN 978-5-394-01121-4 : 108.90 р. - Текст : непосредственный.

2) Щабельский, Л. М. Избирательная кампания как рекламный PR-процесс / Л.М. Щабельский. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 125 с. - ISBN 978-5-504-00687-1 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140239/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Конопатский, С. В. Проблемы национальной специфики и её роль при построении рекламных кампаний / С.В. Конопатский. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 168 с. - ISBN 978-5-504-00921-6 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141507/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

10) Есикова, Ирина Владимировна. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2012. - 158, [1] с. : табл. - (Стратегия успешного бизнеса). - ISBN 978-5-394-01653-0 : 160.00 р., 133.10 р. - Текст : непосредственный.

4) Кузьменко, Н. П. Разработка рекламной кампании торговой сети и оценка ее эффективности / Н.П. Кузьменко. - Москва : Лаборатория книги, 2011. - 144 с. - ISBN 978-5-504-00761-8 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142008/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Гусева, С. PR-кампания спортивной организации / С. Гусева. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 89 с. - ISBN 978-5-905815-49-2 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97274/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

6) Франк, Надежда. Просто сделай это! : величайшие рекламные кампании XX века / Н. Франк, Е. Кирьянова. - М. : АСТ : АСТ МОСКВА, 2007. - 185 с. - ISBN 978-5-17-042355-2. - ISBN 978-5-9713-4330-1. - ISBN 978-5-9762-2858-0 : 81.60 р. - Текст : непосредственный.

7) Самые успешные PR-кампании в мировой практике / ред.: А. П. Ситников, И. В. Крылов. - М. : ИНФРА-М, 2002. - 310 с. - 198.88 р. - Текст : непосредственный.

Учебно-методические издания

1) Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий : методические указания по выполнению курсовых работ для студентов по направления подготовки 42.04.01 «реклама и связи с общественностью». - Сочи : СГУ, 2019. - 34 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/147839> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

Электронные образовательные ресурсы

- 1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>
- 2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-42.03.01.03
- 3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>
- 4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОЕ УСТРОЙСТВО BROTHER MFCL-2751DWR
НОУТБУК HP-15DW0008UR
ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN
Экран настенный Draper Luma 120",175x234

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=85304