

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\_3-42.04.01.01\_2021\_126145  
Актуализировано: 04.05.2021

**Рабочая программа дисциплины**  
**Планирование и организация коммуникационной кампании**

|                          | наименование дисциплины                                   |
|--------------------------|---|
| Квалификация выпускника  | Магистр   |
| Направление подготовки   | 42.04.01  |
|                          | шифр  |
|                          | Реклама и связи с общественностью                         |
|                          | наименование  |
| Направленность (профиль) | 3-42.04.01.01   |
|                          | шифр  |
|                          | Интегрированные коммуникации                              |
|                          | наименование  |
| Формы обучения           | 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;<br>обучение основным навыкам планирования, разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области рекламы и связей с общественностью;<br>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 ПК-2

|   |   |   |
|---|---|---|
| Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, анализировать и наглядно представлять результаты исследования |   |   |
| Знает   | Умеет   | Владеет   |
| методы социологических, маркетинговых, медиаисследований  | навыками подготовки и проведения количественных и качественных исследований, обработки их результатов | планировать, разрабатывать, проводить исследования сферы коммуникаций, представлять их результаты |

#### Компетенция УК-1

|  |  |   |
|--|--|---|
| Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий |  |   |
| Знает  | Умеет  | Владеет   |
| принципы и методы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода                                  | осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий в решении профессиональных задач | навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, способностью выработать стратегию действий в решении профессиональных задач |

**Структура дисциплины**  
**Тематический план**

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

**Формы промежуточной аттестации**

|                 |   |
|-----------------|---|
| Зачет           | 3 семестр (Очная форма обучения)        |
| Экзамен         | Не предусмотрен (Очная форма обучения)  |
| Курсовая работа | Не предусмотрена (Очная форма обучения) |
| Курсовой проект | Не предусмотрена (Очная 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 | 2     | 3        | 108                        | 3   | 66.5                   | 36   | 12     | 24                                | 0                    | 41.5                        |                                   | 3              |                  |

## Содержание дисциплины

### Очная форма обучения

| Код занятия   | Наименование тем занятий   | Трудоемкость, академических часов |
|---|--|-----------------------------------|
| <b>Раздел 1 «Характеристики рекламных, PR-, коммуникационных кампаний»</b>  |  | <b>45.00</b>                      |
| <b>Лекции</b>   |  |                                   |
| 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                              |
| <b>Семинары, практические занятия</b>                                       |  |                                   |
| 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                              |
| <b>Самостоятельная работа</b>   |  |                                   |
| С1.1  | Понятие, виды, особенности рекламных кампаний  | 6.00                              |
| С1.2  | Понятие, виды, особенности PR-кампаний   | 6.00                              |
| С1.3  | Понятие, виды, особенности коммуникационных кампаний   | 6.00                              |
| <b>Контактная внеаудиторная работа</b>                                      |  |                                   |
| КВР1.1  | Контактная внеаудиторная работа  | 14.00                             |
| <b>Раздел 2 «Этапы планирования и реализации коммуникационной кампании»</b> |  | <b>59.00</b>                      |
| <b>Лекции</b>   |  |                                   |
| Л2.1  | Модели планирования кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью                        | 2.00                              |
| 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   | 2.00                              |
| <b>Семинары, практические занятия</b>                                       |  |                                   |
| 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                                | 2.00                              |
| П2.3  | Позиции и таймлайн этапа планирования и разработки в коммуникационной кампании                 | 2.00                              |
| 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          |
| <b>Самостоятельная работа</b>                                       |   |               |
| С2.1  | Модели планирования кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | 4.00          |
| С2.2  | Аналитический этап коммуникационной кампании                            | 4.00          |
| С2.3  | Этап планирования и разработки в коммуникационной кампании              | 4.00          |
| С2.4  | Этап коммуникации с аудиториями   | 4.00          |
| С2.5  | Оценка эффективности коммуникационной кампании                          | 4.00          |
| <b>Контактная внеаудиторная работа</b>                              |   |               |
| КВР2.1  | Контактная внеаудиторная работа   | 16.00         |
| <b>Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b> |   | <b>4.00</b>   |
| ЗЗ.1  | Подготовка к сдаче зачета   | 3.50          |
| КВР3.1  | Сдача зачета  | 0.50          |
| <b>ИТОГО</b>  |   | <b>108.00</b> |

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](http://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](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=68864) (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

4) 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.

5) 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.

6) 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.

7) 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.

### **Учебная литература (дополнительная)**

1) Касьянов, Юрий Владимирович. PR кампания своими силами : [алгоритм проведения PR-кампаний, PR-коммуникации и инструментарий, оценка

эффективности компаний] / 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.

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.

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=3-42.04.01.01](https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-42.04.01.01)
- 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](http://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=126145](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=126145)