

# ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ КАМПАНИИ

## 1. Цель освоения дисциплины

Освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области организации и проведения кампаний в сфере связей с общественностью и реализация их в своей профессиональной деятельности.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Организация и проведение коммуникационной кампании» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Организация и проведение коммуникационной кампании» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Коммуникационный менеджмент», «Консалтинг в связях с общественностью», «Основы правового регулирования рекламно-информационной деятельности», прохождения практики «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (коммуникационная)».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

### **знать**

- базовые характеристики и профессиональные термины;
- основные технологии менеджмента, используемые в коммуникационных кампаниях;
- механизмы планирования и проведения кампаний;
- основные информационные каналы;
- критерии оценки эффективности коммуникационных кампаний;

### **уметь**

- ориентироваться в профессиональном мире связей с общественностью;
- применять полученные знания в области связей с общественностью;
- использовать различные методы планирования и оценки профессиональной деятельности;
- использовать потоки информационного взаимодействия в процессе организации и проведения кампаний;
- осуществлять стратегическое и тактическое планирование коммуникационной кампании;
- оценивать эффективность проведенной коммуникационной кампании;

### **владеть**

- навыками специалиста по связям с общественностью;
- понятийным аппаратом, используемым в работе пресс-служб;
- оргтехнологиями проведения коммуникационного мероприятия (отбора целевой аудитории, типа мероприятия, места проведения, участников мероприятия, времени проведения и т.д.);
- основами анализа эффективности коммуникационных кампаний.

#### **4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение**

количество зачётных единиц – 2,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 72 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 26 ч., СРС – 42 ч.),

распределение по семестрам – 5 курс, лето,

форма и место отчётности – аттестация с оценкой (5 курс, лето).

#### **5. Краткое содержание дисциплины**

Управление проектами в области профессиональной деятельности. Функции менеджера по работе с клиентами.

Функции менеджера по работе с клиентами. Понятие информационного поля. Порядок организации и распределения основных информационных потоков. Виды информации. Понятия ключевой и целевой аудитории. Особенности проектной деятельности в процессе организации и проведения кампании в сфере связей с общественностью.

Информационное поле, сценография информационных поводов. Порядок организации и распределения основных информационных потоков..

Применение новых технологий менеджмента в управлении. Понятие «человек» как клиент и потребитель услуг. Создание инновационного потенциала в рамках государственного учреждения – залог его успешной деятельности. «Командные» технологии менеджмента, активно проникающие в практику регионального управления. Инвестиции в человеческий капитал сегодня также важны, как и инвестиции в основной капитал. Оценка результатов мероприятия. Понятие эффективной деятельности как основы движения вперед.

Бенчмаркинг как систематический процесс выявления лучших организаций и оценки их продукции и методов производства с целью использования передового опыта этих организаций. Понятие информационное поле; сценография информационных поводов. Порядок организации и распределения основных информационных потоков.

Общая концепция кампании. Понятие брифа, постановка целей и задач. Стратегия кампании. Творческий аспект стратегии. Понятия "медиа-обсчет" и "медиа-план".

Понятие концепции кампании. Бриф в связях с общественностью. Постановка целей и задач кампании. Маркетинговый подход в связях с общественностью и применение его в организации и проведении кампаний. Стратегия организации и проведения кампании в сфере связей с общественность. Разработка содержательной и эстетической частей текста. Ожидаемый резонанс, способы прогнозирования вариантов поведения целевых групп. Медиа-обсчет, его основные параметры. Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации.

Тактика координации информационных процессов. Коммуникационные приемы и современные информационные технологии..

Использование потоков информационного взаимодействия в процессе организации и проведения кампаний в сфере связей с общественностью. Информационные каналы: мифы, ритуалы, масс-медиа средства. Процесс формирования общественного мнения. Основные коммуникационные приемы и современные информационные технологии.

Планирование кампании по связям с общественность: оперативный контроль и корректировка текущих проектов. Методика определения промежуточных и результирующих итогов кампании..

Работа кампании на достижение целей организации и реализация стратегии организации. Этапы планирования типичной кампании по связям с общественностью: идентификация как очерчивание проблемы; определение цели кампании, которая разбивается на субцели; формулирование ситуационных стратегий; разработка тактических решений; определение

методов оценки. Оперативный контроль и корректировка текущих проектов. Подготовка пресс-релиза. Организация и проведение интервью, пресс-конференции, пресс-тура, пресс-ланча. Оценка «пробного прогона». Мониторинг обратной связи. Привлечение экспертов. Продолжение кампании.

## **6. Разработчик**

Рыженко Екатерина Сергеевна, канд. филол. наук, доцент кафедры социальной работы.