

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет психолого-педагогического и социального образования
Кафедра социальной работы

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по учебной работе
Ю. А. Жадаев
«28» ноября 2016 г.



Организация и проведение коммуникационной кампании

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

очная форма обучения

Волгоград
2016

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы
«20» октября 2016 г., протокол № 3

Заведующий кафедрой А.И. Рудин (подпись) А.Н. Воронцов (зав. кафедрой) «20» октября 2016 г. (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета психолого-педагогического и социального образования «24» октября 2016 г., протокол № 3

Председатель учёного совета Т.Ю. Андрущенко (подпись) «24» октября 2016 г. (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
«28» ноября 2016 г., протокол № 6

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____ (подпись) _____ (руководитель ОПОП) _____ (дата)

Лист изменений № _____ (подпись) _____ (руководитель ОПОП) _____ (дата)

Лист изменений № _____ (подпись) _____ (руководитель ОПОП) _____ (дата)

Разработчики:

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

Программа дисциплины «Организация и проведение коммуникационной кампании» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 11 августа 2016 г. №997) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 28 ноября 2016 г., протокол № 6).

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.

Профильной для данной дисциплины является коммуникационная профессиональная деятельность.

Для освоения дисциплины «Организация и проведение коммуникационной кампании» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Коммуникационный менеджмент», «Организация и проведение мероприятий в сфере рекламы и связей 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. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		8
Аудиторные занятия (всего)	40	40
В том числе:		
Лекции (Л)	10	10
Практические занятия (ПЗ)	20	20
Лабораторные работы (ЛР)	10	10
Самостоятельная работа	32	32
Контроль	–	–
Вид промежуточной аттестации		ЗЧО
Общая трудоемкость	часы	72
	зачётные единицы	2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	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.
2	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.
3	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 общественностью. 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.
4	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.
5	Планирование кампании по связям с общественностью: 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.

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Управление проектами в области профессиональной деятельности. Функции менеджера по работе с клиентами	2	4	2	6	14
2	Информационное поле, сценография информационных поводов. Порядок организации и распределения основных информационных потоков.	2	4	2	6	14
3	Общая концепция кампании. Понятие брифа, постановка целей и задач. Стратегия	2	4	2	6	14

	кампании. Творческий аспект стратегии. Понятия "медиа-обсчет" и "медиа-план"					
4	Тактика координации информационных процессов. Коммуникационные приемы и современные информационные технологии.	2	4	2	6	14
5	Планирование кампании по связям с общественностью: оперативный контроль и корректировка текущих проектов. Методика определения промежуточных и результирующих итогов кампании.	2	4	2	8	16

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Гринберг Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью [Электронный ресурс]: модели, технологии, синергетический эффект/ Гринберг Т.Э.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2012.— 324 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54633>.— ЭБС «IPRbooks».

2. Сайкин Е.А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Сайкин Е.А., Сергеева З.Н.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 84 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44973>.— ЭБС «IPRbooks».

6.2. Дополнительная литература

1. Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии [Электронный ресурс]: учебник/ Забурдаева Е.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 343 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8969>.— ЭБС «IPRbooks».

2. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010.— 256 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/906>.— ЭБС «IPRbooks».

3. Селетков С.Н. Аналитические исследования в информационных и коммуникационных средах [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Селетков С.Н., Днепровская Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2010.— 184 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10604>.— ЭБС «IPRbooks».

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Журнал «Пресс-служба» (www.press-service.ru).
2. Ежемесячник «Советник», издание Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО) (www.SOVETNIK.ru).
3. Журнал «Сообщение» (www.soob.ru).
4. Электронная гуманитарная библиотека (www.gumfak.ru).

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Специализированные и офисные программы.

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Организация и проведение коммуникационной кампании» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).
2. Учебная аудитория для проведения лабораторных и практических занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).
3. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Организация и проведение коммуникационной кампании» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций, проведение практических занятий и лабораторных работ. Промежуточная аттестация проводится в форме аттестации с оценкой.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Лабораторная работа представляет собой особый вид индивидуальных практических занятий обучающихся, в ходе которых используются теоретические знания на практике, применяются специальные технические средства, различные инструменты и оборудование. Такие работы призваны углубить профессиональные знания обучающихся, сформировать умения и навыки практической работы в соответствующей отрасли наук. В процессе лабораторной работы обучающийся изучает практическую реализацию тех или иных

процессов, сопоставляет полученные результаты с положениями теории, осуществляет интерпретацию результатов работы, оценивает возможность применения полученных знаний на практике.

При подготовке к лабораторным работам следует внимательно ознакомиться с теоретическим материалом по изучаемым темам. Необходимым условием допуска к лабораторным работам, предполагающим использованием специального оборудования и материалов, является освоение правил безопасного поведения при проведении соответствующих работ. В ходе самой работы необходимо строго придерживаться плана работы, предложенного преподавателем, фиксировать промежуточные результаты работы для отчета по лабораторной работе.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Организация и проведение коммуникационной кампании» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.