Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кислова Наталья Николаевна
Должность: Проректор по УМР и качеству образования
Дата подписания: 29.10.2025 08:00:45
Уникальный программный ключ:
52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Самарский государственный социально-педагогический университет»

Кафедра литературы, журналистики и методики обучения

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР и КО,
председатель УМС СГСПУ
_____Н.Н. Кислова

Организация и проведение коммуникационных кампаний

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Литературы, журналистики и методики обучения**

Учебный план ФФ-б26Жо(4г)
Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 34
самостоятельная работа 74

Виды контроля в семестрах:
зачет 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	**7(4.1)**		Итого	
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12
Практические	22	22	22	22
В том числе инт.	10	10	10	10
Итого ауд.	34	34	34	34
Контактная работа	34	34	34	34
Сам. Работа	74	74	74	74
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

Кветкин Павел Дмитриевич

При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

Рабочая программа дисциплины

Организация и проведение коммуникационных кампаний

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №524)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»
утвержденного Учёным советом СГСПУ от 25.03.2026 протокол №8

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Литературы, журналистики и методики обучения

Протокол от 26.06.2026 г. №11
Зав. кафедрой О.М. Буранок

Начальник УОП

_____Н.А. Доманина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: формирование у обучающихся теоретических представлений и практических навыков в сфере комплексного управления информацией для реализации целей коммуникационной кампании, а также получение знаний о различных формах и методах проведения и организации коммуникационной кампании, методах оценки эффективности, с учетом образа компании и особенностей информационного поля целевых групп.

Задачи изучения дисциплины: получение комплекса знаний и навыков по основным видам коммуникационной кампании, проектов, их подготовке и проведению; получение практических навыков по комплексному планированию и оценке коммуникационной кампании и PR-проектов; формирование компетенций по комплексной организации и сопровождению коммуникационной кампании и PR-проектов; получение практических навыков делать проект известным; создавать узнаваемость проекта; получение навыков информирования о проекте; формирование доверия и увеличение приятия; умение запускать коммуникационную кампанию и проект; формирование идентичности; мотивирование; предупреждение слухов и конкурентов; определение рисков; отработка практических навыков эффективной коммуникации с различными целевыми аудиториями.

Область профессиональной деятельности:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.В.ДВ.04

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Новые медиа в системе массовой коммуникации

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Основы рекламы и паблик рилейшнз в средствах массовой информации

Внутрикорпоративный PR

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-4. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

ПК-4.1. Информирует аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов

Умеет применять основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара или услуги;

Владеет приемами продвижения товара или услуги с помощью коммуникационных технологий

ПК-4.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации

Знает методы построения внутренних и внешних коммуникаций в соответствии с миссией, видением и корпоративной философией.

ПК-4.3. Корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией

Знает о методах планирования и осуществления коммуникационные кампаний и мероприятий;

Владеет методами оценки эффективности реализации коммуникационных кампаний и мероприятий

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Технологии организации коммуникационных кампаний			
1.1	Основные составляющие коммуникационной деятельности /Лек/	7	4	2
1.2	Выявление проблем и возможностей /Пр/	7	8	2
1.3	Постановка целей и задач /Ср/	7	20	0
1.4	Изучение клиента /Лек/	7	4	0
1.5	Определение проблемы и характера PR-компании /Пр/	7	6	2
1.6	Методы исследований /Ср/	7	17	0
	Раздел 2. Практика организации коммуникационных кампаний			
2.1	Характеристика планирования /Лек/	7	2	0
2.2	Основные этапы планирования /Пр/	7	6	0
2.3	Анализ основных этапов планирования /Ср/	7	17	0
2.4	Коммуникация: стратегия и тактика /Лек/	7	2	2
2.5	Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации /Пр/	7	2	2
2.6	Выбор каналов передачи информации /Ср/	7	20	0

5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

7 семестр, 6 лекций, 11 практических занятий

Раздел 1. Технологии организации коммуникационных кампаний

Лекции № 1-2 (4 часа)

Основные составляющие коммуникационной деятельности

Вопросы и задания:

1. Коммуникационная кампания. Цели. Типология, виды и формы. Задачи PR в проектах. Базисные принципы коммуникации. Четыре основные функции. Определение необходимости PR в проекте. Факторы успеха. Совокупности рациональных методов и творческих решений.

2.PR-проект как целенаправленная, системно организованная и завершенная совокупность PR-мероприятий, объединенных общим стратегическим замыслом, направленных на решение конкретной проблемы организации (базисного субъекта PR) и осуществляемая технологическим субъектом (субъектами) PR на определенном этапе деятельности организации. Коммуникационная кампания как направленное на решение локальной задачи повышения и сохранения паблицитного капитала организации и на гармонизацию ее отношений с целевой общественностью.

3. Базисный субъект PR, как организация, на решение проблемы которой направлена PR-кампания. Технологический субъект как PR-структура, планирующая и реализующая кампанию. Технологический субъект: внутренний (собственная PR-служба) и внешний (PR-агентство).

4. Объект PR-кампании как сознание и поведение членов целевых аудиторий организации, функционирующих в рамках конкретной проблемной ситуации. Коммуникационная кампания как совокупность организационных мероприятий, коммуникативных и технологических процессов.

Практические занятия № 1-4 (8 часов)

Выявление проблем и возможностей

Вопросы и задания:

1. Расшифруйте название коммуникационной системы RACE.
2. Перечислите, какие еще коммуникационные системы вы знаете. Как расшифровываются их названия?
3. Назовите каждый из 8 этапов модели Ф.Буари.
4. На каком этапе необходимо предусмотреть программы контроля и оценки эффективности кампании?

Лекции № 3-4 (4 часа)

Изучение клиента

Вопросы и задания:

1. Определение основной целевой аудитории и ее стереотипов.
2. Работа с топ-менеджментом по подготовке к мероприятию.
3. План работы с VIP-лицами. Разработка коммуникационной стратегии. Подготовка и реализация коммуникационной стратегии. Запись синхронна. Написание текстов. QandA. Дескрипт. Справочные данные.
4. Работа с персоналом. Распределение ответственности.
5. Создание проектной группы. Подбор, инструктаж, контроль за работой. Мотивация. Собственный и привлеченный персонал. Примеры составления проектных документов (чек-лист, сценарный план, детализированный план и др.).

Практические занятия № 5-7 (6 часов)

Определение проблемы и характера PR-компании

Вопросы и задания:

1. Какую роль играют технологии в любой сфере человеческой деятельности?
2. Дайте понятие PR-технологий. Перечислите конкретные PR-технологии.
3. Приведите примеры использования различных технологических модулей в зависимости от вида кампании по СО.

Раздел 2. Практика организации коммуникационных кампаний

Лекция № 5 (2 часа)

Характеристика планирования

Вопросы и задания:

1. Основные этапы и виды планирования Коммуникационная кампания как совокупность организационных мероприятий, коммуникативных и технологических процессов. Связь стратегического планирования, годового и квартального бизнес-планирования и планирования PR-кампаний.

2. Проекты, выделяемые по критерию стратегической цели: нацеленные на информирование, на убеждение и на изменение поведения целевой общественности. Мобилизационные PR-мероприятия. Мероприятия, выделяемые по критерию характера решаемой технологической PR-задачи, направленные на: позиционирование базисного субъекта PR; возвышение имиджа базисного субъекта PR; антирекламу конкурентов; на отстройку от конкурентов; контрреклламу. Комбинированные PR-кампании, в которых решаются несколько из названных выше задач, или комплексные кампании, где представлен весь спектр задач. По критерию ожидаемого результата выделяются конструктивные и деструктивные PR-кампании. Плановые и неплановые мероприятия, в том числе кризисные PR-мероприятия. PR- 7 кампании полного и неполного цикла.

3. Анализ основных рисков и возможных ошибок коммуникационной кампании.

4. Ресурсный, проблемный, функциональный подход планирования коммуникационной кампании. Четыре основных элемента планирования. Алгоритм планирования коммуникационной кампании.

5. Девиз (название) коммуникационной кампании. Проблемы, на решение которых направлена кампания. PR-субъект (организация, персона, сообщество, идея и т.д.). Цели и задачи PR-кампании. Группы общественности, на которые она ориентирована. Характеристика. Негативные и позитивные стереотипы аудитории. Основное сообщение, доносимое до аудитории. Партнерские организации. План мероприятий в рамках PR-кампании. Методы реализации мероприятий.

Возможные варианты донесения информации до целевой аудитории. Результаты и механизмы оценки их достижения (обратная связь).

Практические занятия № 8-10 (6 часов)

Основные этапы планирования

Вопросы и задания:
1. Понятие проекта.
2. Отрасли применения проектного подхода.
3. Важность проектного подхода в сфере коммуникаций.
4. Ключевая разница между проектной и постоянно текущей операционной деятельностью.
5. Признаки проекта.
6. Команда проекта.

Лекция № 6 (2 часа)

Коммуникация: стратегия и тактика

Вопросы и задания:
1. Сбор и оценка данных. Ситуационный анализ. Анализ потерпевших», Анализ принятия. Анализ медиа.
2. Интегрированная стратегия PR. Стратегические направления. Целевые аудитории. Критерии для сегментации. PR-послания.
3. Программа PR. Бюджет. Концепция средств коммуникации.

Практическое занятие № 11 (2 часа)

Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации

Вопросы и задания:
1. Напишите клиентский бриф для кампании по сопровождению благотворительного фонда.
2. Составьте бриф агентства по организации и проведению кампании благотворительного фонда.
3. В чем состоит различие брифов, написанных двумя сторонами участников кампании.

5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	Постановка целей и задач	Освоение материала лекции. Составление словаря терминов.	Конспект лекций. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
2	Методы исследований	Освоение материала лекции. Составление словаря терминов.	Конспект лекций. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
3	Анализ основных этапов планирования	Освоение материала лекции. Составление словаря терминов.	Конспект лекций. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
4	Выбор каналов передачи информации	Освоение материала лекции. Составление словаря терминов.	Конспект лекций. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.

Содержание самостоятельной работы по дисциплине на выбор

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	Постановка целей и задач	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
2	Методы исследований	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
3	Анализ основных этапов планирования	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
4	Выбор каналов передачи информации	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии

5.3.Образовательные технологии

При организации изучения дисциплины будут использованы следующие образовательные технологии: информационно-коммуникационные технологии, технология организации самостоятельной работы, технология рефлексивного обучения, технология модульного обучения, технология игрового обучения, технологии групповой дискуссии, интерактивные технологии, технология проблемного обучения, технология организации учебно-исследовательской деятельности, технология проектного обучения, технология развития критического мышления.

5.4. Текущий контроль, промежуточный контроль и промежуточная аттестация

Балльно-рейтинговая карта дисциплины оформлена как приложение к рабочей программе дисциплины.
Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Дата обращения к электронным учебным изданиям, электронным образовательным ресурсам, современным базам данных и информационным справочным системам совпадает с датой утверждения рабочей программы

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Шевченко, Д.А.	Коммуникационная политика в некоммерческой сфере / Д.А. Шевченко. – 2-е изд. – 204 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=723863	Москва: Директ-Медиа, 2025
Л1.2	Шпаковский В. О. , Чугунова Н. М. , Кирильчук И. В.	Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учебное пособие : [16+] / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 128 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190	Москва: Дашков и К°, 2020. – 128 с.

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему	Издательство, год
Л2.1	Шарков Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408	Москва: Дашков и К°, 2022

6.2 Перечень программного обеспечения

- Acrobat reader DC
- Dr.Web Desktop security, Dr.Web Server security
- GIMP
- Мой офис, сервисы Яндекс 360 для образования (почта, Яндекс Диск, Яндекс Телемост, Яндекс документы, Календарь)
- Многофункциональный сервис обмена информацией Max
- Архиватор 7-Zip
- Браузер Яндекс для организаций

6.3 Перечень информационных справочных систем, профессиональных баз данных

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
- Базы данных Springer eBooks

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации. Комплект учебной мебели, меловая доска, ноутбук, переносное проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран на треноге), портативное звукоусиливающее оборудование.
7.2	Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект учебной мебели, ПК-4 шт. с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СГСПУ

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Оценка результатов обучения по дисциплине строится в соответствии с балльно-рейтинговой картой. По окончании изучения дисциплины у каждого обучающегося должно сложиться портфолио из оформленных конспектов по темам практических занятий, работ, подготовленных в рамках самостоятельной работы докладов-презентаций.

Организация изучения дисциплины строится с использованием интерактивных форм обучения. Основная задача преподавателя сводится к отслеживанию новых трендов в области массовой информации, демонстрации видеотрансляций конференций и форумов, посвящённых новым медиа. Доклад, в данном случае, должен представлять самостоятельную авторскую работу, а не скупой реферативный текст. Не допускается использование интернет-энциклопедии Wikipedia, за цитирование подобных источников обязательно снижение баллов.

Приложение

Балльно-рейтинговая карта дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний»

Курс 4 Семестр 7

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Наименование раздела: «Технологии организации коммуникационных кампаний»			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	6	12
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	8	14
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Наименование раздела: «Практика организации коммуникационных кампаний»			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	6	12
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	8	14
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Промежуточная аттестация		0	15
	Итого:	**56**	**100**

Виды контроля		Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Текущий контроль по разделу «Технологии организации коммуникационных кампаний»			
1	Аудиторная работа	Конспект лекций - 3 балла за полный комплект лекций по темам. Решение кейсов: Подготовка презентации на тему «Стратегия PR-кампании и ее представление заказчику» - 3 балла	Основные составляющие коммуникационной деятельности Выявление проблем и возможностей Изучение клиента Определение проблемы и характера PR-компании Образовательные результаты: Умеет применять основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара или услуги; Владеет приемами продвижения товара или услуги с помощью коммуникационных технологий Знает методы построения внутренних и внешних коммуникаций в соответствии с миссией, видением и корпоративной философией. Знает о методах планирования и осуществления коммуникационные кампаний и мероприятий; Владеет методами оценки эффективности реализации коммуникационных кампаний и мероприятий
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам - 3 балла. Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов:	Постановка целей и задач Методы исследований Образовательные результаты:

		Кампания Аудит Стратегия Продвижение Бренд Информация Спонсоринг Проект Команда Технология Решение кейсов: Создайте инфографику – 3 балла	Умеет применять основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара или услуги; Владеет приемами продвижения товара или услуги с помощью коммуникационных технологий Знает методы построения внутренних и внешних коммуникаций в соответствии с миссией, видением и корпоративной философией. Знает о методах планирования и осуществления коммуникационные кампаний и мероприятий; Владеет методами оценки эффективности реализации коммуникационных кампаний и мероприятий
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 2 балла.	
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 6 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 1 баллу.	
Промежуточный контроль (количество баллов)		Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по семестру и составляет максимально 50 баллов	
Текущий контроль по разделу «Практика организации коммуникационных кампаний»			
1	Аудиторная работа	Конспект лекций - 3 балла за полный комплект лекций по темам. Решение кейсов: Подготовка презентации на тему «Виды и принципы организации специальных PR-мероприятий» - 3 балла	Характеристика планирования Основные этапы планирования Коммуникация: стратегия и тактика Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации Образовательные результаты: Умеет применять основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара или услуги; Владеет приемами продвижения товара или услуги с помощью коммуникационных технологий Знает методы построения внутренних и внешних коммуникаций в соответствии с миссией, видением и корпоративной философией. Знает о методах планирования и осуществления коммуникационные кампаний и мероприятий; Владеет методами оценки эффективности реализации коммуникационных кампаний и мероприятий
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам. Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: Медиа Клиппинг Итог	Анализ основных этапов планирования Выбор каналов передачи информации Образовательные результаты: Умеет применять основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара или услуги; Владеет приемами продвижения товара или услуги с помощью коммуникационных технологий

		Мониторинг Анализ Тактика Координация Результат Сравнение Итог Методика Решение кейсов: Создайте инфографику – 3 балла	Знает методы построения внутренних и внешних коммуникаций в соответствии с миссией, видением и корпоративной философией. Знает о методах планирования и осуществления коммуникационные кампаний и мероприятий; Владеет методами оценки эффективности реализации коммуникационных кампаний и мероприятий
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 2 балла.	
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 6 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 1 баллу.	
Промежуточный контроль (количество баллов)		Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по семестру и составляет максимально 50 баллов	
Промежуточная аттестация		Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине	