

АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Организация и проведение коммуникационных кампаний

для направления подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

профиль (направленность) «Современные коммуникации и реклама»

Уровень бакалавриата

Квалификация выпускника

Бакалавр

1.1. Цель и задачи дисциплины

Целью учебной дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний» является освоение студентами теоретических основ работы профессиональной PR деятельности, а также получение навыков профессиональной работы в области рекламы и связей с общественностью.

Задачи учебной дисциплины:

- знать содержание теоретических основ организации и проведения коммуникационных кампаний;
- получить практические навыки исследований, планирования, бюджетирования, подготовки и контроля эффективности коммуникационных кампаний;
- сформировать личностную психологическую направленность, ценностные гуманистические ориентации, интерес к самостоятельному исследованию актуальных проблем

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина является обязательным элементом части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 ОПОП.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПКО-1, ПКО-3.

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения профессиональных компетенций
ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от-дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
		ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

		ПКО-1.3. Участвует в организации участия внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
		ПКО-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
		ПКО-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

1.4. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет **8** зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		6	7
Аудиторные учебные занятия, всего	92	44	48
В том числе:			
Учебные занятия лекционного типа	30	14	16
Практические занятия (с использованием деловых игр)	62	30	32
Самостоятельная работа обучающихся, всего	183	96	87
В том числе:			
Самоподготовка	103	56	47
Рефераты/доклады	40	20	20
Тестирование	40	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	13	4	9
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	8/288	4/144	4/144

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		7	8
Аудиторные учебные занятия, всего	94	46	48
В том числе:			
Учебные занятия лекционного типа	32	16	16
Практические занятия (с использованием деловых игр)	62	30	32
Самостоятельная работа обучающихся, всего	181	94	87
В том числе:			
Самоподготовка	101	54	47
Рефераты/доклады	40	20	20
Тестирование	40	20	20

Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	13	4	9
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	8/288	4/144	4/144

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		7	8
Аудиторные учебные занятия, всего	34	16	18
В том числе:			
Учебные занятия лекционного типа	12	6	6
Практические занятия (с использованием деловых игр)	22	10	12
Самостоятельная работа обучающихся, всего	241	124	117
В том числе:			
Самоподготовка	161	84	77
Рефераты/доклады	40	20	20
Тестирование	40	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	13	4	9
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	8/288	4/144	4/144

1.5. Содержание учебной дисциплины

№ п/п	Модуль, раздел (тема)
1	Тема 1. Коммуникационная кампания: определение, сущностные характеристики, типология
2	Тема 2. Структура коммуникационной кампании.
3	Тема 3. Коммуникационный аудит
4	Тема 4. Ситуационный анализ.
5	Тема 5. Стратегическое планирование.
6	Тема 6. Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования коммуникационной кампании.
7	Тема 7. Формирование бюджета коммуникационной кампании
8	Тема 8. Оценка эффективности коммуникационной кампании
9	Тема 9. Технологии PR как эффективный инструментарий реализации коммуникационной кампании