

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

Кафедра социологии (С_ИППС)

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

Кафедра социологии (С_ИППС)

наименование кафедры

Труфанов Д.О.

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ
КАМПАНИЙ**

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.02 Организация и проведение кампаний

Направление подготовки /
специальность

Направленность
(профиль)

Форма обучения

Год набора

очная

2021

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

390000 «СОЦИОЛОГИЯ И СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

39.03.01.30 СОЦИОЛОГИЯ

Программу
составили

Ст. преподаватель, Вебер К.А.

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель преподавания дисциплины – ознакомление учащихся направления «реклама и связи с общественностью» с дисциплиной «Организация и проведение кампаний», подготовка дипломированных специалистов в области управления информационными потоками, формирования общественного мнения и организации сотрудничества между разными специалистами, реализующими рекламную в рамках одной пиар - кампании.

1.2 Задачи изучения дисциплины

1. сформировать у студентов систему знаний о ключевых понятиях и концептуальных подходах в связях с общественностью;

2. ознакомить студентов с имеющимися в литературе теоретическими направлениями;

3. ознакомить студентов с социологическими методами, необходимыми для планирования и проведения кампаний в сфере связей с общественностью;

4. сформировать у студентов навыки практической работы в направлении организации проведения кампаний в сфере связей с общественностью путем применения теоретических знаний к изучению конкретных теорий;

5. развить у студентов навыки работы в команде в рамках планирования и реализации пиар – кампаний;

6. привить навыки медиапланирования в рамках осуществления деятельности в рамках одной пиар – кампании;

7. привить навыки осуществления мониторинговой аналитической деятельности;

8. уметь планировать пиар- кампанию на этапах подготовки, осуществления и анализировать ее на итоговом этапе работы над проектом

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

ПК-3: способен использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении исследовательской деятельности при изучении требований рынка труда и образования
--

ПК-3.1: Знает: современные методы и теории социальных и гуманитарных наук при осуществлении исследовательской деятельности

Уровень 1	основные технологии работы пресс – служб, основных СМИ города Красноярска
Уровень 1	организовывать PR кампанию в различных отраслях
Уровень 1	навыками командной работы для решения поставленных задач
ПК-3.2: Умеет: применять современные методы и теории социальных и гуманитарных наук при осуществлении исследовательской деятельности при изучении требований рынка труда и образования.	
Уровень 1	особенности проведения социологических исследований в предметной области социологии связей с общественностью
Уровень 1	учитывать особенности проведения социологических исследований в сфере связей с общественностью
Уровень 1	навыками постановки целей, задач научных исследований в предметной области социологии связей с общественностью
ПК-3.3: Владеет: навыками интерпретации результатов исследований с использованием современных теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении исследовательской деятельности.	
Уровень 1	основные механизмы формирования общественного мнения в ходе проведения кампаний
Уровень 1	планировать, проводить и анализировать исследования для организации PR кампаний в различных отраслях
Уровень 1	навыками анализа источников литературы по заданной тематике

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Для успешного освоения курса необходимы знания по таким смежным дисциплинам как:

- логика (знание законов и форм правильного мышления, знание теории аргументации);
- обществознание (знание основных закономерностей существования и развития общества, социальных групп, особенностей поведения индивида в группе);
- теория и практика связей с общественностью (знание основных понятий предмета обсуждения);
- основы интегрированных коммуникаций (основы знаний по направлению).

Дисциплина является базовой.

1.5 Особенности реализации дисциплины Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		4
Общая трудоемкость дисциплины	2 (72)	2 (72)
Контактная работа с преподавателем:	1 (36)	1 (36)
занятия лекционного типа	0,5 (18)	0,5 (18)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	0,5 (18)	0,5 (18)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	1 (36)	1 (36)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)		

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Разработка и планирование пиар-кампаний	6	4	0	9	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
2	Реализация пиар-кампаний на конкретных примерах	4	6	0	9	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
3	Оценка эффективности пиар-кампаний	4	4	0	9	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
4	Защита собственного проекта пиар-кампании	4	4	0	9	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
Всего		18	18	0	36	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

1	1	<p>Пиар-кампании: определения, общие понятия, отличие рекламной и пиар-кампании. Целевая аудитория Постановка целей и задач пиар-кампаний Выработка стратегии и тактики пиар-кампании Миссия организация. Миссия проекта Актуальность проекта. Введение в проблематику SWOT-анализ пиар-кампании, оценка сильных и слабых сторон, возможностей и угроз кампании</p>	6	0	0
2	2	<p>Лучшие пиар-кампании в мировой практике Худшие и провальные кампании в мировой практике Мониторинг как основной вид деятельности в PR Основные инструменты работы специалиста по PR в рамках реализации пиар-кампании Аналитический разбор пиар-кампаний в контексте проблематики, разрабатываемой студентами</p>	4	0	0
3	3	<p>Оценка эффективности пиар-кампаний Улучшение имиджа кампании. Методы и приемы работы с имиджем проекта</p>	4	0	0

4	4	Подготовка проекта к завершению Итоговый аудит пиар-кампании. Оценка эффективности Оценка уместности пиар-кампании в контексте развития современного общества	4	0	0
Всего			18	0	0

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Постановка целей и задач пиар-кампании, определение целевой аудитории Выработка стратегии и тактики пиар-кампании Актуальность пиар-кампании, SWOT – анализ	4	0	0
2	2	Лучшие пиар-кампании в мировой практике Худшие пиар-кампании в мировой практике	6	0	0
3	3	Оценка эффективности пиар-кампании	4	0	0
4	4	Защита собственного проекта пиар-кампании Защита собственного проекта пиар-кампании	4	0	0
Всего			18	0	0

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Огилви Д.	Огилви о рекламе: перевод с английского	Москва: ЭКСМО, 2005
Л1.2	Бове К. Л., Аренс У.Ф., Феофанов О.А., Вакин Д.В.	Современная реклама	Тольятти: Издат. дом Довгань, 1995
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Блинкина-Мельник М. М.	Рекламный текст: задачник для копирайтеров	Москва: О.Г.И., 2004

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	Сайт департамента информации и общественных связей администрации города Красноярска	www.admkrsk.ru
Э2	сайт крупнейшей PR – консалтинговой группы «Имидж – контакт»	www.image-contact.ru/ru/
Э3	Сайт Российской ассоциации по связям с общественностью	www.raso.ru/
Э4	Советник: ежемесячный профессиональный журнал о связях с общественностью и рынке PR.	www.sovetnik.ru
Э5		

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

В рамках учебной программы студент должен разработать и защитить индивидуальный проект пиар-кампании. Защита проекта проводится в конце семестра. На защиту проекта перед группой студентов каждому выделяется по 30 минут на презентацию и разбор проекта.

Проект предоставляется преподавателю в виде пиар-кита в печатном виде, оформленным в соответствии с корпоративным стандартом СФУ.

Презентация (устное выступление) проводится с использованием программы Power Point.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	
-------	--

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Сайт библиотеки СФУ. Режим доступа: http://bik.sfu-kras.ru/
9.2.2	Электронный каталог библиотеки СФУ. Режим доступа: http://catalog.sfu-kras.ru/
9.2.3	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: http://elibrary.ru/defaultx.asp
9.2.4	Базы данных Интегрум: http://www.integrumworld.com/rus/services.html
9.2.5	
9.2.6	

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Университет располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционной типа университет располагает демонстрационным оборудованием и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующим рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронной библиотеке СФУ. Библиотечный фонд укомплектован в соответствии с требованиями ФГОС ВО. В образовательном процессе используются информационные ресурсы и базы данных, электронные мультимедийные комплексы, учебники и учебные пособия, активные и практико-ориентированные методы и технологии обучения. Имеется стопроцентный доступ к электронной библиотечной системе. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда СФУ обеспечивает возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, как на территории образовательной организации, так и вне ее.

В распоряжении обучающихся имеются учебные аудитории, оборудованные стационарными мультимедийным оборудованием, электронными досками; компьютерный класс на 20 мест, объединенных в локальную сеть, подключенный к Internet. Обучающиеся имеют возможность оперативно обмениваться информацией с отечественными и зарубежными вузами, а также, используя электронную систему электронных образовательных ресурсов СФУ на базе Moodle, обучаться в удаленном режиме. При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями