

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.03.02 Организация и проведение кампаний

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

39.03.01 Социология

Направленность (профиль)

39.03.01 Социология

Форма обучения

очная

Год набора

2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

Ст.преподаватель, Вебер К.А.

должность, инициалы, фамилия

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
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	основные положения в базовых управленческих теорий

ПК-3.2: Умеет: применять современные методы и теории социальных и гуманитарных наук при осуществлении исследовательской деятельности при изучении требований рынка труда и образования.	использовать знание методов и теории связей с общественностью при осуществлении исследовательской деятельности при изучении требований рынка труда и образования
ПК-3.3: Владеет: навыками интерпретации результатов исследований с использованием современных теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении исследовательской деятельности.	навыками использования знаний методов и теорий связей с общественностью при осуществлении исследовательской деятельности при изучении требований рынка труда и образования

1.4 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)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	0,89 (32)	
занятия лекционного типа	0,44 (16)	
практические занятия	0,44 (16)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,11 (40)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Разработка и планирование пиар-кампаний									
	1. 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	4							
	2. Постановка целей и задач пиар-кампании, определение целевой аудитории Выработка стратегии и тактики пиар-кампании Актуальность пиар-кампании, SWOT – анализ			4					
	3.							10	
2. Реализация пиар-кампаний на конкретных примерах									

1. 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	4							
2. Лучшие пиар-кампании в мировой практике Худшие пиар-кампании в мировой практике			4					
3.							10	
3. Оценка эффективности пиар-кампаний								
1. Оценка эффективности пиар-кампаний Улучшение имиджа кампании. Методы и приемы работы с имиджем проекта	4							
2. Оценка эффективности пиар-кампании			4					
3.							10	
4. Защита собственного проекта пиар-кампании								
1. Подготовка проекта к завершению Итоговый аудит пиар-кампании. Оценка эффективности Оценка уместности пиар-кампании в контексте развития современного общества	4							
2. Защита собственного проекта пиар-кампании Защита собственного проекта пиар-кампании			4					
3.							10	
Всего	16		16				40	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Огилви Д. Огилви о рекламе: перевод с английского(Москва: ЭКСМО).
2. Бове К. Л., Аренс У.Ф., Феофанов О.А., Вакин Д.В. Современная реклама(Тольятти: Издат. дом Довгань).
3. Блинкина-Мельник М. М. Рекламный текст: задачник для копирайтеров (Москва: О.Г.И.).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

- 1.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Сайт библиотеки СФУ. Режим доступа: <http://bik.sfu-kras.ru/>
2. Электронный каталог библиотеки СФУ. Режим доступа: <http://catalog.sfu-kras.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU:
<http://elibrary.ru/defaultx.asp>
4. Базы данных Интегрум: <http://www.integrumworld.com/rus/services.html>
- 5.
- 6.

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 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