

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт Экономики и управления АПК
Кафедра Логистики и маркетинга в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института Шапорова З.Е.

"25" 03 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Пыжикова Н.И.

"25" 03 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация и проведение коммуникационных кампаний

ФГОС ВО

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код, наименование)

Профиль Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)

Курс 3

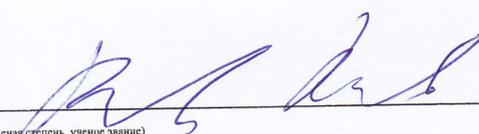
Семестр 6

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

Составители: Пантелеев В.И., к.и.н.

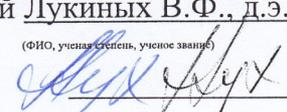

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«23» 03 2019 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и примерной основной профессиональной образовательной программы (при наличии) Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфере) АПК, профессионального стандарта _____.

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 619 «23» 03 2019 г.

Зав. кафедрой Лукиных В.Ф., д.э.н., профессор

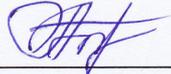

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«23» 03 2019 г.

* - В качестве рецензентов могут выступать работодатели, вузы по профилю, НИИ

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Южноосетинский
университет АПК протокол № 7 «25» 03 2019 г.

Председатель методической комиссии
Белова ЛА 
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «25» 03 2019 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Менеджмент в туризме и экскурсионном обслуживании
Сурганова Е.В. д.т.н. проф.
(ФИО, ученая степень, ученое звание) Сурганова «18» 03 2019 г.

Оглавление

АННОТАЦИЯ	5
1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	6
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины	7
4.2. Содержание модулей дисциплины.....	9
4.3. ЛЕКЦИОННЫЕ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	9
4.4. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	10
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ.....	12
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....</i>	<i>12</i>
<i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	<i>12</i>
<i>Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
4.5.2. <i>Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы.....</i>	<i>14</i>
<i>Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	15
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	15
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ (ТАБЛИЦА 9).....	Ошибка! Закладка не определена.
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»).....	Ошибка! Закладка не определена.
6.3. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	Ошибка! Закладка не определена.
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	18
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	19
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	200
9.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	10
9.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	10
<i>Изменения.....</i>	<i>221</i>

Аннотация

Дисциплина Б1.В.03 «Организация и проведение коммуникационных кампаний» является дисциплиной части формируемой участниками образовательных отношений подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой «Логистика и маркетинг в АПК».

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-2; ПК-4) выпускника.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими и практическими аспектами брендинга как междисциплинарного направления. В дисциплине рассматриваются содержание и особенности основных направлений брендинга, включая аспекты менеджмента, маркетинга, корпоративных финансов, права, рекламы, связей с общественностью и дизайна.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, мастер-классы, практические занятия, семинары, коллоквиумы, самостоятельная работа студента, консультации и т.д.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, опросов, коллоквиумов и промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (32 часов), практические (32 часов) занятия, 80 часов самостоятельной работы студента, в том числе 20 часов в интерактивной форме.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.03 «Организация и проведение коммуникационных кампаний» включена в ОПОП, в часть формируемой участниками образовательных отношений блока 1 Дисциплины (модули).

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Организация и проведение коммуникационных кампаний» являются «Основы проектной деятельности», «Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика медиакоммуникаций», «Маркетинговое управление предприятиями АПК», «Технологии медиапланирования», «Брендинг».

Дисциплина «Организация и проведение коммуникационных кампаний» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Поведение потребите-

ля», «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Интегрированные маркетинговые коммуникации».

Особенностью дисциплины является то, что она охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими и практическими аспектами организации и проведения коммуникационных кампаний.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью изучения дисциплины «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью» является: является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков по организации и проведению кампаний в сфере связей с общественностью.

Задачи дисциплины. В ходе освоения дисциплины студент должен:

- изучить основы организации и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
- овладеть навыками по организации и проведение кампаний в сфере связей с общественностью

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: как участвовать в коммуникационных кампаниях, проектах и мероприятиях
		Уметь: участвовать в коммуникационных кампаниях, проектах и мероприятиях
		Владеть: навыками участия в коммуникационных кампаниях, проектах и мероприятиях
ПК-4	Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции	Знать: как организовывать мероприятия, способствующие продвижению увеличению продаж продукции и услуг
		Уметь: организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции и услуг
		Владеть: навыками организации мероприятий, способствующие увеличению продаж продукции и услуг

3. Организационно-методические данные дисциплины

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. ед.	час.	по семестрам	
			№ 6	
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	180	180	
Контактная работа	1,6	60	64	
в том числе:				
Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме			32/10	
Практические занятия (ПЗ) / в том числе в интерактивной форме			32/10	
Семинары (С) / в том числе в интерактивной форме				
Лабораторные работы (ЛР) / в том числе в интерактивной форме				
Самостоятельная работа (СРС)	2,4	80	80	
в том числе:				
самостоятельное изучение тем и разделов			40	
самоподготовка к текущему контролю знаний			40	
подготовка к экзамену и сдача экзамена	1	36	36	
Вид контроля: экзамен			Экзамен	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ЛЗ/ПЗ/С	
Модуль 1. Особенности PR-кампаний для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических организаций	36	6	9	20
Модульная единица 1. Общее и особенное в проведении рекламных и PR-кампаний	9	1	2	5
Модульная единица 2. Классификация PR-кампаний	9	1	2	5
Модульная единица 3. Организационные основы проведения кампаний по связям с общественностью	9	2	2	5
Модульная единица 4. Особенности проведения PR-кампаний при продвижении средств массовой ин-	9	2	3	5

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ЛЗ/ПЗ/С	
формации				
Модуль 2. Правила и принципы разработки стратегии и тактики PR-кампаний	36	6	9	20
Модульная единица 1. Подготовительный этап кампании по связям с общественностью.	9	1	2	5
Модульная единица 2. Кампании по связям с общественностью: этап планирования.	9	1	2	5
Модульная единица 3. Составление бюджета PR-кампании.	9	2	3	5
Модульная единица 4. Медиапланирование	9	2	2	5
Модуль 3. Практическая реализация PR-кампании	36	6	9	20
Модульная единица 1. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема организации специальных событий.	9	2	2	5
Модульная единица 2. Создание информационных поводов. Технология создания PR-событий. PR-обращения.	9	2	2	5
Модульная единица 3. Организация промо-акций СМИ	9	1	3	5
Модульная единица 4. Участие в выставках как инструмент продвижения СМИ	9	1	2	5
Модуль 4. Оценка эффективности PR-кампаний.	36	14	14	20
Модульная единица 1. Реализация PR-кампании: учет и контроль.	9	3	3	6
Модульная единица 2. Заключительный этап кампании по связям с общественностью.	9	3	3	6
Модульная единица 3. Специфика оценки эффективности PR-кампаний и PR-акций СМИ	9	4	4	4
Модульная единица 4. Отчетность в PR-кампании	9	4	4	4
ИТОГО	144	32	32	80

4.2. Содержание модулей дисциплины

4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ¹ контрольного мероприятия	Кол-во часов	
1.	Модуль 1. Особенности PR-кампаний для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических организаций		экзамен	9	
	Модульная единица 1. Общее и особенное в проведении рекламных и PR-кампаний	Лекция № 1. Общее и особенное в проведении рекламных и PR-кампаний			2
	Модульная единица 2. Классификация PR-кампаний	Лекция № 2. Классификация PR-кампаний			2
	Модульная единица 3. Организационные основы проведения кампаний по связям с общественностью	Лекция № 3. Организационные основы проведения кампаний по связям с общественностью			2
	Модульная единица 4. Особенности проведения PR-кампаний в различных сферах общественной жизни	Лекция № 4. Особенности проведения PR-кампаний в различных сферах общественной жизни			3
2.	Модуль 2. Правила и принципы разработки стратегии и тактики PR-кампаний		экзамен	9	
	Модульная единица 1. Подготовительный этап кампании по связям с общественностью.	Лекция № 1. Подготовительный этап кампании по связям с общественностью.			2
	Модульная единица 2. Кампании по связям с общественностью: этап планирования.	Лекция № 2. Кампании по связям с общественностью: этап планирования.			2
	Модульная единица 3. Составление бюджета PR-кампании.	Лекция № 3. Составление бюджета PR-кампании.			3
	Модульная единица 4. Медиапланирование	Лекция № 4. Медиапланирование			2
3.	Модуль 3. Практическая реализация PR-кампании экзамен		Тестирование, опрос	9	
	Модульная единица 1. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема организации специальных мероприятий.	Лекция № 1. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема организации специальных мероприятий.			2

¹ Вид мероприятия: тестирование, коллоквиум, зачет, экзамен, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ¹ контрольного мероприятия	Кол-во часов
	событий.			
	Модульная единица 2. Создание информационных поводов. Технология создания PR-событий. PR-обращения.	Лекция № 2. Создание информационных поводов. Технология создания PR-событий. PR-обращения.		2
	Модульная единица 3. Организация промо-акций СМИ	Лекция № 3. Организация промо-акций СМИ		3
	Модульная единица 4. Участие в выставках как инструмент продвижения СМИ	Лекция № 4. Участие в выставках как инструмент продвижения СМИ		1
4.	Модуль 4. Оценка эффективности PR-кампаний. экзамен			6
	Модульная единица 1. Реализация PR-кампании: учет и контроль.	Лекция № 1. Реализация PR-кампании: учет и контроль.		2
	Модульная единица 2. Заключительный этап кампании по связям с общественностью.	Лекция № 2. Заключительный этап кампании по связям с общественностью.		2
	Модульная единица 3. Специфика оценки эффективности PR-кампаний и PR-акций СМИ.	Лекция № 3. Специфика оценки эффективности PR-кампаний и PR-акций СМИ.		1
	Модульная единица 4. Отчетность в PR-кампании	Лекция № 4. Отчетность в PR-кампании		1
	ИТОГО			24

4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Особенности PR-кампаний для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических организаций			8

² Вид мероприятия: защита, тестирование, коллоквиум, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Модульная единица 1. Общее и особенное в проведении рекламных и PR-кампаний	Занятие № 1. Общее и особенное в проведении рекламных и PR-кампаний	Тестирование	2
	Модульная единица 2. Классификация PR-кампаний	Занятие № 2. Классификация PR-кампаний	Тестирование	2
	Модульная единица 3. Организационные основы проведения кампаний по связям с общественностью	Занятие № 3. Организационные основы проведения кампаний по связям с общественностью	Имитационные упражнения	2
	Модульная единица 4. Особенности проведения PR-кампаний при продвижении средств массовой информации	Занятие № 4. Особенности проведения PR-кампаний при продвижении средств массовой информации	Ситуационная задача	2
2.	Модуль 2. Правила и принципы разработки стратегии и тактики PR-кампаний			8
	Модульная единица 1. Подготовительный этап кампании по связям с общественностью.	Занятие № 1. Подготовительный этап кампании по связям с общественностью.	Тестирование	2
	Модульная единица 2. Кампании по связям с общественностью: этап планирования.	Занятие № 2. Кампании по связям с общественностью: этап планирования.	Тестирование	2
	Модульная единица 3. Составление бюджета PR-кампании.	Занятие № 3. Составление бюджета PR-кампании.	Имитационные упражнения	2
	Модульная единица 4. Медиапланирование	Занятие № 4. Медиапланирование	Ситуационная задача	2
3.	Модуль 3. Практическая реализация PR-кампании			9
	Модульная единица 1. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема организации специальных событий.	Занятие № 1. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема организации специальных событий.	Тестирование	2
	Модульная единица 2. Создание информационных поводов. Технология создания PR-событий. PR-обращения.	Занятие № 2. Создание информационных поводов. Технология создания PR-событий. PR-обращения.	Тестирование	2
	Модульная единица 3. Организация промо-	Занятие № 3. Организация промо-акций СМИ	Имитационные упражнения	3

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
	акций СМИ			
	Модульная единица 4. Проведение PR-кампании в условиях ограниченных ресурсов.	Занятие № 4.	Ситуационная задача	2
4.	Модуль 4. Оценка эффективности PR-кампаний.			9
	Модульная единица 1. Реализация PR-кампании: учет и контроль.	Занятие № 1. Реализация PR-кампании: учет и контроль.	Тестирование	2
	Модульная единица 2. Заключительный этап кампании по связям с общественностью.	Занятие № 2. Заключительный этап кампании по связям с общественностью.	Тестирование	2
	Модульная единица 3. Специфика оценки эффективности PR-кампаний и PR-акций СМИ	Занятие № 3. Специфика оценки эффективности PR-кампаний и PR-акций СМИ.	Имитационные упражнения	3
	Модульная единица 4. Отчетность в PR-кампании	Занятие № 4. Отчетность в PR-кампании	Ситуационная задача	2
	ИТОГО			36

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Особенности PR-кампаний для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических организаций		10
	Модульная единица 1. Общее и особенное в проведении рекламных и PR-кампаний	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте определение кампании по связям с общественностью. 2. Приведите несколько классификаций видов кампаний по связям с общественностью. 	2,5

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
	Модульная единица 2. Классификация PR-кампаний	3. Укажите основные причины применения кампаний по связям с общественностью. 4. Опишите общую модель этапов проведения СО-кампаний.	2,5
	Модульная единица 3. Организационные основы проведения кампаний по связям с общественностью	5. Дайте описание типичной медиакарты. 6. На каких этапах СО-кампаний проводятся социологические и маркетинговые исследования?	2,5
	Модульная единица 4. Особенности проведения PR-кампаний при продвижении средств массовой информации	7. Какова специфика проведения PR-кампаний в медиаиндустрии? 8. Назовите и дайте краткую характеристику основным показателям, применяемым в медиапланировании.	2,5
2.	Модуль 2. Правила и принципы разработки стратегии и тактики PR-кампаний		10
	Модульная единица 1. Подготовительный этап кампании по связям с общественностью.	9. Каковы основные методы составления бюджета СО-кампании? 10. Опишите основные стратегии проведения кампаний по связям с общественностью.	2,5
	Модульная единица 2. Кампании по связям с общественностью: этап планирования.	11. Каким образом менеджер кампании по связям с общественностью контролирует действия своих подчиненных? 12. Проведите сравнение между рекламными кампаниями и кампаниями по связям с общественностью.	2,5
	Модульная единица 3. Составление бюджета PR-кампании.	13. Какие классификационные признаки выставок существуют в настоящее время в России? 14. Что собой представляют деловые и пресс-мероприятия?	2,5
	Модульная единица 4. Медиапланирование	15. Для чего необходимо мероприятие круглый стол? 16. Какие правовые законодательные акты используются в работе выставок и ярмарок?	2,5
3.	Модуль 3. Практическая реализация PR-кампании		10
	Модульная единица 1. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема организации специальных	17. Почему необходимы спецмероприятия для представителей СМИ и целевых аудиторий, каковы их цели и задачи? 18. Кто участвует в брифингах?	2,5

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
	событий.		
	Модульная единица 2. Создание информационных поводов. Технология создания PR-событий. PR-обращения.	19. Из каких составляющих образуется брендбук? 20. Почему получили огромное распространение блоги и социальные сети?	2,5
	Модульная единица 3. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема коммуникации.	21. В чем отличие сайта и блога? 22. Какие классификационные признаки выставок существуют в настоящее время в России?	2,5
	Модульная единица 4. Проведение PR-кампании в условиях ограниченных ресурсов.	23. Что собой представляют деловые и пресс-мероприятия? 24. Для чего необходимо мероприятие круглый стол?	2,5
4.	Модуль 4. Оценка эффективности PR-кампаний.		10
	Модульная единица 1. Реализация PR-кампании: учет и контроль.	25. Какие правовые законодательные акты используются в работе выставок и ярмарок?" 26. Что такое Media Relations? Дайте определение.	2,5
	Модульная единица 2. Заключительный этап кампании по связям с общественностью.	27. Перечислите основные типы СМИ. 28. Каковы основные правила Media Relations, позволяющие вам довести свое сообщение до публикации в СМИ?	2,5
	Модульная единица 3. Специфика оценки эффективности PR-кампаний и PR-акций СМИ	29. Какие основные инструменты построения долгосрочных отношений со СМИ вы можете перечислить? 30. Какие задачи может решить пресс-конференция?	2,5
	Модульная единица 4. Отчетность в PR-кампании	31. Какие типы пресс-материалов могут быть подготовлены к пресс-конференции? 32. Какие другие форматы работы со СМИ, кроме пресс-конференции, знаете?	2,5
	Самоподготовка к текущему контролю знаний		40
	ИТОГО:		80

4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы
Учебным планом не предусмотрены.

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ЛЗ/ПЗ/С	СРС	Другие виды	Вид контроля
ПК-2	М1-4	М1-4	М1-4		Экзамен
ПК-4	М1-4	М1-4	М1-4		Экзамен

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9)

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

1. Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на платформе LMS Moodle – Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>
2. Научная библиотека Красноярский ГАУ – Режим доступа: <http://www.kgau.ru/new/biblioteka/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
4. СПС «Консультант Плюс» – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Лань» – Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
6. Электронная библиотечная система «Юрайт» – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>
7. «Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия», - Раздел «Техника/ Компьютеры и Интернет» – Режим доступа: <https://megabook.ru/>

Информационно- поисковые системы:

- Google – Режим доступа: <http://www.google.com>
- Yandex – Режим доступа: <http://www.yandex.ru>
- Rambler – Режим доступа: <http://www.rambler.ru>

6.3 Программное обеспечение:

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Программа для обработки растровой графики Photoshop Extended (Лицензия от №9093867 18.08.2011).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Логистика и маркетинг в АПКНаправление подготовки (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностьюДисциплина Организация и проведение коммуникационных кампаний

Вид занятия	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ	Электр	Библ	Каф		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Основная										
	Теория и практика массовой информации	А.Г. Киселев	М. : «КноРус»	2016	+		+			5
	Основы рекламы	Г.А. Васильев, В.А. Поляков	М. : Вузовский учебник	2009	+		+			15
	Маркетинговые коммуникации	Е.Н. Голубкова	М. : «Финпресс»	2003	+		+			14
	Прикладной маркетинг	Н.А. Нагапетьянец	М. : Юнити	2000	+		+			26
	Рекламная деятельность	О.Н. Жильцова	М. : Маркетинг, М. :Юрайт	2019		+				http://bibli-online.ru/bcode/433656
	Маркетинг	М.Н. Григорьев	М. :Юрайт	2012	+		+			12
Дополнительная										

Технология рекламы и PR	Б.Л. Борисов	М. : ФАИР-ПРЕСС	2001	+	+	+	3
Связи с общественностью	О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2018		+		https://biblionline.ru/bcode/41380 2
Теория и практика связей с общественностью	С.М. Емельянов	М. : Юрайт	2018		+		https://biblionline.ru/bcode/41542 7
Реклама: теория и практика	Л.Н. Федотова	М. : Юрайт	2018		+		https://urait.ru/bcode/413192
Реклама и связи с общественностью	И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2019		+		https://urait.ru/bcode/425190
Основы интегрированных коммуникаций	В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед	М. : Юрайт	2019		+		https://biblionline.ru/bcode/42590 6
Маркетинговые исследования	Д.В. Тюрин	М. : Юрайт	2019		+		https://biblionline.ru/bcode/42584 4
Брендинг	И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин	М. : Юрайт	2019		+		https://biblionline.ru/bcode/42586 8
Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг	М.А. Николаева	Екатеринбург: УрГПУ	2017		+		https://e.lanbook.com/book/159004

Директор Научной библиотеки



Handwritten mark or signature

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущая аттестация обучающихся производится в дискретные временные интервалы преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия по дисциплине, в следующих формах:

- тестирование;
- имитационные упражнения, ситуационные задачи;
- case study;
- отдельно оцениваются личностные качества студента (аккуратность, исполнительность, инициативность) – работа у доски, своевременная сдача тестов, выполнение имитационных упражнений, ситуационных задач, презентаций case study.

Таблица 10

Рейтинг – план дисциплины

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	36	15
2	Модуль № 2	36	15
3	Модуль № 3	36	15
4	Модуль № 4	36	15
5	Экзамен	36	40
5	Итого	180	100

Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ				Итого
		Имитационные упражнения (Ситуационные задачи)	Case study	Тест	Экзамен	
1	Модуль № 1	-	5	10	-	15
2	Модуль № 2	-	5	10	-	15
3	Модуль № 3	5	-	10		15
4	Модуль № 4	10	5	-		15
5	Экзамен	-	-	-	40	40
6	Итого	15	15	30	40	100

Задания по всем видам текущей работы и промежуточной аттестации, а также критерии оценивания приведены в ФОС по дисциплине «Организация и проведение коммуникационных кампаний».

Промежуточный контроль по результатам 6 семестра по дисциплине – экзамен - проходит в форме контрольного итогового тестирования.

Для допуска к промежуточному контролю студент должен набрать необходимое количество баллов по итогам текущей аттестации – **40-80** баллов.

Итоговое тестирование включает в себя тестирующие материалы по всему курсу «Организация и проведение коммуникационных кампаний» (35 тест-заданий в одном варианте) и проводится в ЭИОС «Moodle».

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Обучающийся, давший правильные ответы 87-100% тестирующих материалов (1-5 ошибок), получает максимальное количество баллов – 40.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 73-86% тестирующих материалов (6-10 ошибок), получает 30 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 60-72% (11-15 ошибок) тестирующих материалов, получает 20 баллов.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации, и выводится итоговая оценка по дифференцированному зачёту по следующим критериям:

60 – 73 – минимальное количество баллов – оценка «удовлетворительно».

74 – 86 – среднее количество баллов – оценка «хорошо».

87 – 100 – максимальное количество баллов – оценка «отлично».

Обучающийся, не сдавший экзамен, приходит на пересдачу в сроки в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей:
http://www.kgau.ru/new/news/news/2017/grafik_lz.pdf.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Компьютерный класс 2-17 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебная аудитория 4-26 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И»).

Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, общая локальная компьютерная сеть Internet, 11 компьютеров на базе процессора Intel Core i3 в комплектации с монитором Samsung и др. внешними периферийными устройствами, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук Acer Aspire 5, переносной экран на треноге Medium Professional, переносной проектор Epson EB-X8 2500 со встроенными динамиками.

Программное обеспечение

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Программа для обработки растровой графики Photoshop Extended (Лицензия от №9093867 18.08.2011).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

9. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной поточно-групповой системы обучения. При поточно – групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение одного семестра: для бакалавров – 6 семестр.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность:

- изучение отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Бакалавры перед изучением дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач (кейс-стади);
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2. Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;

1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудио файлы);

2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушение слуха	<ul style="list-style-type: none">• в печатной форме;• в форме электронного документа;
С нарушением зрения	<ul style="list-style-type: none">• в печатной форме увеличенных шрифтом;• в форме электронного документа;• в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	<ul style="list-style-type: none">• в печатной форме;• в форме электронного документа;• в форме аудиофайла.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработали:

ФИО, ученая степень, ученое звание

ФИО, ученая степень, ученое звание

Пантелеев В.И., к.и.н.
(подпись)

(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
«Организация и проведение коммуникационных кампаний»
для направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)»

Рабочая программа дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний» для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» составлена в соответствии с Федеральным государственным стандартом ВО.

В программе определены цели и задачи учебной дисциплины, перечень тем и разделов, которые должны изучить студенты, а также основные требования к уровню подготовки и объему знаний, которым должны обладать студенты по каждой из перечисленных тем.

Согласно программе, основной целью курса является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков по организации и проведению кампаний в сфере связей с общественностью. Программа отвечает современным требованиям к созданию востребованных обществом и индустрией медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Программа предусматривает разноуровневое обучение и отражает индивидуальный подход к обучающимся, содержит все необходимые темы, обеспечивающие требования к качественной подготовке учащихся.

В программе четко определены модули и темы, содержание учебного материала, а также знания, умения и навыки, которыми должен овладеть студент, отображено распределение учебных часов по модулям учебной дисциплины.

Содержание программы соответствует государственным требованиям к содержанию и уровню подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)», и может быть рекомендована для использования в высших учебных заведениях.

Рецензент:

Главный редактор
журнала «Агро-Сибирь»



Анисимова О.И.