

Министерство просвещения Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»  
Институт гуманитарного и социально-экономического образования  
Кафедра философии, социологии и социальной работы

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.О.05.12 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ  
КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ»**

Направление подготовки 39.03.01 Социология

Профиль программы «Социология медиакоммуникаций»

Автор(ы): ст. преп. В.С. Куимов  
канд. социол. наук, доцент, И.В. Чебыкина  
доцент

Одобрена на заседании кафедры философии, социологии и социальной работы.  
Протокол от «14» ноября 2022 г. №5.

Рекомендована к использованию в образовательной деятельности научно-методической комиссией института ГСЭО РГППУ. Протокол от «16» ноября 2022 г. №3.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний в медиaprостранстве»: освоения учебной дисциплины является научение проведению коммуникационных кампаний в профессиональной деятельности.

Задачи:

- ознакомление студентов с технологиями продвижения предприятия;
- популяризация профессиональной деятельности;
- установление отношений с различными категориями общественности.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Организация и проведение коммуникационных кампаний в медиaprостранстве» относится к обязательной части учебного плана.

Для изучения учебной дисциплины необходимы знания, умения и владения, формируемые следующими дисциплинами:

1. Методология и методы социологического исследования.
2. Интернет проектирование и мультимедиа.
3. Маркетинговые технологии в медиасфере.

Перечень учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения, формируемые данной учебной дисциплиной:

1. Научно-исследовательская практика.
2. Преддипломная практика.

## 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- ОПК-1 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;
- ОПК-3 Способен принимать участие в социологическом исследовании на всех этапах его проведения;
- ПКС-2 Способен использовать методы сбора социальной информации, обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций;
- ПКС-3 Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием



наиболее современного отечественного и зарубежного опыта и с применением информационных технологий;

- ПКС-4 Способен составлять и представлять проекты научно-исследовательских, аналитических и маркетинговых разработок в соответствии с нормативными документами;

- ПКС-5 Готов к проведению маркетинговых исследований, в т.ч. в медиа-пространстве.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

З1. Основные виды, технологические этапы, закономерности осуществления, требования к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий.

Уметь:

У1. Планировать и организовывать кампании различных видов в сфере связей с общественностью, анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий.

Владеть:

В1. Навыком самостоятельной работы с первоисточниками по связям с общественностью; навыками проведения стандартной PR-кампании.

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зач. ед. (180 час.), семестр изучения – 7, распределение по видам работ представлено в табл. № 1.

Таблица 1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Вид работы	Форма обучения
	очная
	Семестр изучения
	7 сем.
	Кол-во часов
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	180
Контактная работа, в том числе:	104
Лекции	34
Практические занятия	36
Текущее консультирование	18
Контроль самостоятельной работы	16



Самостоятельная работа студента	76
Промежуточная аттестация, в том числе:	
Экзамен	7 сем.

*\*Распределение трудоемкости по видам контактной работы для заочной формы обучения (при наличии) корректируется в соответствии с учебным планом заочной формы обучения.*

## 4.2 Содержание и тематическое планирование дисциплины

Таблица 2. Тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Сем.	Всего, час.	Вид контактной работы, час.			СРС
			Лекции	Практ. занятия	Лаб. работы	
1. PR-кампания: определение, сущностные характеристики, типология	7	48	11	12	-	25
2. Структура PR-кампании Подходы к структуризации PR-кампании	7	50	12	12	-	26
3. Технологии PR, как эффективный инструментарий реализации PR-кампании	7	48	11	12	-	25

*\*Распределение часов по разделам (темам) дисциплины для заочной формы обучения осуществляется научно-педагогическим работником, ведущим дисциплину.*

## 4.3 Содержание разделов (тем) дисциплин

### **Раздел 1. PR-кампания: определение, сущностные характеристики, типология**

Понятие и признаки PR-кампании Подходы к определению понятия PR-кампании. Основные признаки PR-кампании: характеристика, сравнительный анализ PR-акции, PR-кампании, PR-программы. Комплексная рекламная кампания и PR-кампания: коммуникативная общность, целевое и функциональное различие. Классификация PR-кампании Виды PR – кампании: типологизация по целям, по масштабу, по технологическому субъекту PR и т.д.

### **Раздел 2. Структура PR-кампании Подходы к структуризации PR-кампании**



Характеристика этапов кампании: коммуникационный аудит, ситуационный анализ, этап стратегического планирования, составление бюджета, реализация, оценка эффективности. Последовательность и параллельность осуществления этапов PR-кампании. Разбор кейсов: «Самые успешные PR-кампании в мировой практике». Планирование PR-кампании. Определение целей и задач. Объекты и субъекты PR-кампании: клиенты, группы заинтересованных, персонал и др. Определение средств коммуникации.

### **Раздел 3. Технологии PR, как эффективный инструментарий реализации PR-кампании**

Особенности организации PR-кампании в различных сферах жизнедеятельности. Политические кампании. Кампании в сфере бизнеса: маркетинговоориентированный подход. PR – кампании в некоммерческом секторе: спонсорство и благотворительность, волонтерство. Способы передачи информации средствами распространения Пресс-релизы: содержание прессрелиза, написание и структура. Статьи: информационные, дискурсивные, резюме-статьи. Медиагид. Рекламные статьи. Взаимодействие со СМИ Основные виды мероприятий и способы их проведения. Конкурсы и выставки.

## **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Для изучения дисциплины используются различные образовательные технологии:

1. Традиционные образовательные технологии представлены комбинацией объяснительно-иллюстративного и репродуктивного методов обучения. Осуществляются с использованием информационных лекций, семинаров, практических занятий или лабораторных работ. При использовании данных методов деятельность учащегося направлена на получение теоретических знаний и формирования практических умений по дисциплине.

2. Для поддержки самостоятельной работы обучающихся использованы информационно-коммуникационные образовательные технологии, в частности, облачные технологии, электронная информационно-образовательная среда (ЭИОС), электронные средства обучения и электронно-библиотечные системы. При этом результативность организации самостоятельной работы обучающихся существенно повышается за счет доступности материалов, упорядоченности работ и возможности получения консультации преподавателя.

3. Технология «тренинг диагностического мышления» направлена на развитие и формирование у будущих специалистов системы общих и специфических умений, которые способствуют решению профессиональных задач проблемного типа. Структурирование диагностической информации разворачивается посредством трёх основных способов логического рассуждения: дедукции, индукции и трансдукции. Технологию применяется для проведения практических и семинарских занятий.



4. При реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения:

- состав видов контактной работы по дисциплине (модулю), при необходимости, может быть откорректирован в направлении снижения доли занятий лекционного типа и соответствующего увеличения доли консультаций (групповых или индивидуальных) или иных видов контактной работы;

- информационной основой проведения учебных занятий, а также организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) являются представленные в электронном виде методические, оценочные и иные материалы, размещенные в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета, в электронных библиотечных системах и открытых Интернет-ресурсах;

- взаимодействие обучающихся и педагогических работников осуществляется с применением ЭИОС университета и других информационно-коммуникационных технологий (видеоконференцсвязь, облачные технологии и сервисы, др.);

- соотношение контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) может быть изменено в сторону увеличения последней, в том числе самостоятельного изучения теоретического материала.

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### ***6.1 Основная литература***

1. Антипов, К.В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 328 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93404>. — Загл. с экрана.

2. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 126 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93480>. — Загл. с экрана.

### ***6.2 Дополнительная литература***

1. Ягодкина, М. В. Реклама в коммуникационном процессе : учебное пособие для вузов [Гриф УМО] / М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластушинская. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 302 с. Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=335002>.

### ***6.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы***

Интернет-ресурсы:

1. Научная онлайн-библиотека Порталус. Режим доступа: <http://www.portalus.ru>



2. Научная электронная библиотека eLIBRARY. Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
3. Всемирная виртуальная библиотека. Режим доступа: <http://www.vlib.org>
4. Электронная библиотека Гумер. Режим доступа: <http://www.gumer.info/>

Программное обеспечение:

1. Браузер Chrome.
2. Операционная система Windows.
3. Офисная система Office Professional Plus.

Информационные системы и платформы:

1. Система дистанционного обучения «Moodle».
2. Информационная система «Таймлайн».
3. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Перечень материально-технического обеспечения для реализации образовательного процесса по дисциплине:

### 1. Лекторий

Современное образовательное пространство для проведения презентаций, встреч, лекций, тренингов и других мероприятий.

2. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.

3. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа с мультимедийным оборудованием.

4. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского (практического) типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

