

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алена Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 11:02:30
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dc1abc6ab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алена Григорьевна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Организация и проведение коммуникационных кампаний»

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«PR в государственных и бизнес-структурах»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	7

Разработано:
Старший преподаватель
департамента медиакоммуникаций
высшей школы креативных
индустрий
Пасикова Оксана Николаевна

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина «Организация и проведение коммуникационных кампаний» отражает особенности, многообразие и диверсифицированность рекламы, обеспечивающей синергетический эффект в деятельности предприятий.

Цель курса состоит в помочь студентам освоить профессионально должностную специализацию спичрайтера и PR-технологию подготовки и написания текстов для устного публичного выступления. Особое внимание уделяется подготовке к публичным выступлениям, технике и технологии написания спичрайтерского текста, а также организации устного публичного выступления. Отрабатывается алгоритм составления конспекта речи, выявляются различные стратегии и тактики таких текстов.

Задачи освоения дисциплины:

- научить понимать значение и смысл рекламной деятельности;
- изучение основных подходов и инструментов в области планирования и организации рекламных кампаний;
- сформировать устойчивые представления о сущности, целях, и содержании технологии проведения рекламных-кампаний;
- ознакомить студентов с основными тенденциями развития рекламной деятельности в процессе подготовки рекламных кампаний.

Воспитательные задачи:

активизировать инициативу, творческую самореализацию, чувство ответственности студентов в процессе их коллективного творчества.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация и проведение коммуникационных кампаний» относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, профиля "PR в государственных и бизнес-структурах".

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-11. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.	ИД-1 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью с использованием современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий;	Знает обязанности линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и связям с общественностью с использованием современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий
	ИД-2 ПК-11 Выбирает и использует подходящие ИТ-решения при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;	Умеет пользоваться подходящими ИТ-решениями при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью

	ИД-3 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в различных средах, в т.ч. инструментальных, с помощью программно-технических платформ и программных средств.	Владеет функционалом линейного менеджера в различных средах, в т.ч. инструментальных, использует программно-технические платформы и программные средства
ПК-14. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде.	ИД-1 ПК-14 Знает технологии медиарилейшнз и медиапланирования.	Обладает знаниями технологий медиарилейшнз и медиапланирования.
	ИД-2 ПК-14 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде.	Использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта
	ИД-3 ПК-14 Владеет технологиями медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде.	Обладает технологиями медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде.
ПК-16. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.	ИД-1 ПК-16 Знает технологии организации специальных мероприятий с различными целевыми группами.	Обладает знаниями технологий организации специальных мероприятий с различными целевыми группами.
	ИД-2 ПК-16 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.	Использует основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
	ИД-3 ПК-16 Владеет технологиями организации специальных мероприятий с различными целевыми группами.	Обладает знаниями технологий организации специальных мероприятий с различными целевыми группами

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля

Объем занятий: всего: 3 з.е., 108 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	18/16
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0
Практических занятий/из них практическая подготовка	18/16
Самостоятельная работа	72
Формы контроля	
Экзамен	-
Зачет	-
Зачет с оценкой	+
Курсовая работа	нет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма			
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1	Цели PR-кампаний 1. Определение PR-кампании 2. Первая цель: позиционирование. 3. Вторая цель: возвышение имиджа. 4. Третья цель: антиреклама. 5. Четвёртая цель: отстройка от конкурентов. Пятая цель: контрреклама.	ПК-11, ПК-14, ПК-16	2	2	-	6

2	Классификация PR-кампаний 1. По критерию предметной направленности 2. В зависимости от масштаба 3. По критерию длительности 4. По критерию типа технологического субъекта PR 5. По критерию целевой общественности 6. По критерию функционального типа целевой общественности 7. По критерию избранной стратегии и характера реализуемых PR-операций	ПК-11, ПК-14, ПК-16	2	2/2	-	6
3	Выбор аудитории PR-кампании 1. Идентификация групп, которые должны стать целевыми 2. Определение приоритетных групп 3. Выявление степени информированности целевых групп	ПК-11, ПК-14, ПК-16	2	2/2	-	6
4	Планирование PR-кампаний 1. Разработка концепта коммуникативной стратегии 2. Написание программы работы с четкой постановкой реальных целей и задач. 3. Выявление имеющихся ресурсов и возможностей. Прогнозирование и конструирование желаемого результата.	ПК-11, ПК-14, ПК-16	2	2/2	-	6

5	Этапы проведения PR-кампаний 1. Исследование 2. Планирование 3. Реализация Оценка результатов PR-кампаний.	ПК-11, ПК-14, ПК-16	2	2/2	-	6
6	Реализация PR-кампаний 1. Создание сообщения 2. Выделение определенного товара, его качества, степени полезности в обществе. 3. Средства и приемы, с помощью которых проводится кампания (AIDA, УТП, применение нестандартных способов (knowhow) и т.д). 4. Эффективность реализации PR-кампании.	ПК-11, ПК-14, ПК-16	2	2/2	-	6
7	Анализ эффективности рекламных кампаний 1. Семантическое ядро 2. Минус-слова 3. Объявления 4. Площадки и ретаргетинг 5. Параметры рекламной кампании Системы аналитики	ПК-11, ПК-14, ПК-16	2	2/2	-	6
8	Комплекс маркетинговых коммуникаций PR-кампаний 1. Правила эффективного общения (С. Блэк) 2. Комплекс маркетинговых коммуникаций 3. Интегрированные маркетинговые коммуникации	ПК-11, ПК-14, ПК-16	2	2/2	-	6

9	Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций 1. Media relations -- построение отношений со СМИ; 2. Government relations -- взаимодействие с властными структурами; 3. Investor relations -- взаимоотношения с инвесторами; 4. Corporateaffairs -- управление корпоративным имиджем; 5. SpecialEvents -- организация и проведение специальных мероприятий; 6. Employeescommunications -- взаимодействие с персоналом; 7. Crisismanagement -- управление кризисными ситуациями.	ПК-11, ПК-14, ПК-16	2	2/2	-	6
	ИТОГО за 7 семестр		18	18/16	-	54
	ИТОГО		18	18/16	-	54

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Организация и проведение коммуникационных кампаний» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);

- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящен рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в

соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Коровина Е. В. Организация и проведение коммуникационных кампаний / Е. В. Коровина. Учебное пособие. — Нижний Новгород: Нижегородский государственный технический университет им. Р. Е. Алексеева, 2020. — 110с.

2. Субботина, О. К. Разработка коммуникационной кампании / О. К. Субботина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 49 (391). — С. 151-153. — URL: <https://moluch.ru/archive/391/86333/> (дата обращения: 14.02.2023).

3. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. - 3-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 128 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02168-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452651>

4. Маслова, В.М. Сфера PR в маркетинге : учебное пособие / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. - Москва :Юнити-Дана, 2018. - 384 с. - Библиогр.: с. 361-363 - ISBN 978-5-238-01179-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

5. Рожков И. В. Управление факторами и рисками внешней маркетинговой среды организации в условиях кризиса / И. В. Рожков // Самоуправление. — 2021. — № 1 (123). — С. 78–82.

6. Субботина, О. К. Разработка коммуникационной кампании / О. К. Субботина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 49 (391). — С. 151-153. — URL: <https://moluch.ru/archive/391/86333/> (дата обращения: 14.02.2023).

7. Манахова И.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ составитель И. А. Манахова. -Ульяновск : УлГТУ, 2019. - 182 с.

8. Новиков, Д.В. Теория и практика связей с общественностью: учеб. пособие / Д.В. Новиков. - Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2020. - 91 с.

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

Блюм, М.А. PR-технологии в коммерческой деятельности / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова, М.Ю. Яковлева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2017. - 105 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн.. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277780>

2. Бормотов, Р.И. Радио в современных PR технологиях / Р.И. Бормотов. - Москва : Лаборатория книги, 2016. - 98 с. - ISBN 978-5-504-00086-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140815>

3. Абросимов, Н.В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании / Н.В. Абросимов. - Москва : Лаборатория книги, 2017. - 144 с. - ISBN 978-5-504-00873-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139176>

4. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2208-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030>

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Афанасьева, Е.В. Организация и проведение коммуникационных кампаний: методические рекомендации по проведению практических занятий / Е.В. Афанасьева. – Ставрополь : СКФУ, 2026.

2. Афанасьева, Е.В. Организация и проведение коммуникационных кампаний: методические рекомендации по проведению самостоятельной работы / Е.В. Афанасьева. – Ставрополь : СКФУ, 2026.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1. <http://www.looksmart.com> – справочная система Looksmart
2. <http://galaxy.einet.net> – справочная система Galaxy
3. <http://www.stars.com> – отечественная система «Созвездие Интернет»
4. <http://www.piter-press.ru/yp> – «Желтые страницы» российского Интернет.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ,
2	ЭБС «IPRbooks»,
3	ЭБС «Biblio- online.ru».

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ – Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия	Аудио, видеоконференц-центр, компьютеры, принтеры, сканеры, МФУ, проектор, интерактивная доска, презентация, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO
--------------------	---

Практические занятия	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиоколонки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.
Самостоятельная работа	Ауд. 114, к.20 компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации
Практическая подготовка	Осуществляется в структурных подразделениях университета и (или) в организациях, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении.

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
 - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
 - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
 - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных

образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.