

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 31.05.2024 12:06:45

Уникальный программный ключ:

d72783635b7774012e19a710c849dcb1abc6a079

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	Организация и проведение коммуникационных кампаний в цифровой среде
Содержание (модуля)	Дисциплина «Организация и проведение коммуникационных кампаний в цифровой среде» отражает теоретические и практические аспекты PR-кампании: организационные, технологические, коммуникационные, т. к. рекламная кампания является базовым инструментом деятельности рекламистов в коммерческих, государственных и общественных организациях. Цель изучения дисциплины – формирование будущими бакалаврами по направлению «Реклама и связи с общественностью» единства теории и практики при изучении курса, изучение подходов стратегического мышления, видение сложившихся ситуаций на микро- и макро- уровне по отношению к объекту коммуникационной кампании, понимание необходимых в этой связи мер для проведения PR-мероприятий
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта. Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла. Использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта.
Трудоемкость, з.е.	4 з.е.
Формы отчетности (в т.ч. по семестрам)	Экзамен в 7 семестре
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	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 BTL-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: //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.
Дополнительная литература	1. 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