

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.Б25. «Организация и проведение коммуникационных кампаний»

По направлению подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

1. Цель дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний» – обучить организации комплексных коммуникационных мероприятий в области связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- дать представление о целях и задачах коммуникационных кампаний, проводимых PR-специалистами;
- обучить основным правилам подготовки и проведения коммуникационных кампаний;
- ознакомить с видами PR- кампаний в коммерческом секторе;
- дать практические рекомендации по проведению коммуникационных кампаний в сфере PR.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина части Б1.Б.25

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные в результате изучения дисциплин: теория и практика связей с общественностью, организация массовых мероприятий, коммуникационный менеджмент, имиджелогия.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (в соответствии с ФГОС ВО):

Выпускник должен обладать компетенциями:

умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

знать:

типологию коммуникационных кампаний, их цели и специфику проведения;

типы стратегий и тактических планирований коммуникационных кампаний;

технологии подготовки и проведения PR- и маркетинговых коммуникационных кампаний;

механизмы планирования и проведения политических кампаний;

критерии оценки эффективности коммуникационных кампаний.

уметь:

проводить SWOT-анализ;

осуществлять стратегическое и тактическое планирование коммуникационной кампании;

оценивать эффективность проведенной коммуникационной кампании.

владеть:

оргтехнологиями проведения коммуникационного мероприятия (отбора целевой аудитории, типа мероприятия, места проведения, участников мероприятия, времени проведения и т.д.);

технологиями тактического планирования (календарно- бюджетное планирование, аудиторное планирование, медиапланирование);

имиджевыми психотехнологиями.

4. Общая трудоемкость дисциплины и ее распределение

Количество зачетных единиц – 5 ЗЕТ (180 ч.)

Общая трудоемкость дисциплины – 180, из них аудиторных часов – 102 ч. (лекций – 34 часов, практических – 68 часов) и СРС – 42 часов.

Форма промежуточной аттестации – зачет/экзамен.

5. Основные разделы дисциплины

Раздел I. Коммуникационные кампании: общие положения

Раздел II. Этапы проведения коммуникационных кампаний

Раздел III. Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях

Раздел IV. Антикризисные кампании

Раздел V. Организация и проведение мотивационных кампаний

Раздел VI. Организация и проведение политкампаний