

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

---

УТВЕРЖДЕНО  
решением Ученого совета ННГУ  
протокол № 15 от 24.12.2025 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Организация и проведение коммуникационных кампаний

---

Уровень высшего образования  
Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность  
46.03.02 - Документоведение и архивоведение

---

Направленность образовательной программы  
Документационное обеспечение управления

---

Форма обучения  
очная

---

г. Нижний Новгород

2026 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.22 Организация и проведение коммуникационных кампаний относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>УК-4.1: Применяет систему норм русского литературного языка и иностранного(ых) языка(ов); способен логически верно строить устную и письменную речь</p> <p>УК-4.2: Грамотно строит коммуникацию, исходя из целей и ситуации; использует коммуникативно приемлемые стиль общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами</p> <p>УК-4.3: Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-4.4: Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на государственном языке Российской Федерации, и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-4.5: Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов</p>	<p>УК-4.1: Знает систему норм русского литературного языка; Умеет применять систему норм русского литературного языка; Владеет способностью логически верно строить устную и письменную речь.</p> <p>УК-4.2: Знает стили общения деловой коммуникации, вербальные и невербальные средства взаимодействия; Умеет грамотно строить коммуникацию, исходя из целей и ситуации; Владеет навыком использования коммуникативно приемлемых стилей общения, вербальных и невербальных средств взаимодействия с партнёрами.</p> <p>УК-4.3: Знает информационно-коммуникационные технологии поиска необходимой информации; Умеет использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в</p>	Собеседование	Зачёт: Контрольные вопросы

	<p><i>с иностранного(ых) языка(ов) на государственный язык Российской Федерации</i></p>	<p><i>процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); Владеет навыком применения информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).</i></p> <p><i>УК-4.4:</i>  <i>Знает критерии деловой информации;</i>  <i>Умеет воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); Владеет навыком восприятия, анализа и оценивания устной и письменной деловой информации на государственном языке Российской Федерации, и иностранном(ых) языке(ах).</i></p> <p><i>УК-4.5:</i>  <i>Знает основы перевода профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на государственный язык Российской Федерации;</i>  <i>Умеет выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на государственный язык Российской Федерации;</i>  <i>Владеет навыком перевода профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на государственный язык Российской Федерации.</i></p>		
--	---	---	--	--

<p>ПК-6: Способен осуществлять организационное, информационное и документационное обеспечение и исполнительское сопровождение деятельности руководителя организации</p>	<p>ПК-6.1: Разрабатывает формы предоставления информации по запросу руководства организации, осуществлять подготовку отчетов и аналитических справок руководству по вопросам документационного обеспечения управления  ПК-6.2: Участвует в планировании рабочего времени руководителя, подготовке и проведении мероприятий, организует прием посетителей, умеет использовать современное программное обеспечение и офисную оргтехнику для подготовки и пересылки служебных документов  ПК-6.3: Составляет и редактирует тексты служебных документов, документировать деятельность коллегиальных органов с использованием современного программного обеспечения и офисной оргтехники</p>	<p>ПК-6.1:  Знает формы предоставления информации и теоретические аспекты документационного обеспечения управления;  Умеет осуществлять подготовку отчетов и аналитических справок;  Владеет навыком разработки форм предоставления информации по запросу руководства организации, подготовки отчетов и аналитических справок руководству по вопросам документационного обеспечения управления.</p> <p>ПК-6.2:  Знает основы планировании рабочего времени, теоретические аспекты подготовки и проведения мероприятий;  Умеет использовать современное программное обеспечение и офисную оргтехнику для подготовки и пересылки служебных документов;  Владеет навыками планирования рабочего времени руководителя, подготовки и проведении мероприятий, организации приема посетителей, использования современного программного обеспечения и офисной оргтехники для подготовки и пересылки служебных документов.</p> <p>ПК-6.3:  Знает формы служебных документов, основы документирования профессиональной деятельности;  Умеет составлять и редактировать тексты служебных документов документировать</p>	<p>Доклад  Задания  Собеседование  Тест</p>	<p>Зачёт:  Контрольные вопросы</p>
---	---	--	---	--

		<p>деятельность коллегиальных органов с использованием современного программного обеспечения и офисной оргтехники;</p> <p>Владеет навыками составления и редактуры текстов служебных документов, документирования деятельности коллегиальных органов с использованием современного программного обеспечения и офисной оргтехники.</p>		
--	--	---	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	<b>очная</b>
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>3</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>108</b>
в том числе	
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	
- занятия лекционного типа	<b>32</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>32</b>
- КСР	<b>1</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>43</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b> <b>Зачёт</b>

#### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	
Тема 1. Коммуникационная кампания в системе коммуникаций организации	15	6	6	12	3

Тема 2. Подготовительный этап коммуникационной кампании	22	6	6	12	10
Тема 3. Организация коммуникационной кампании	24	7	7	14	10
Тема 4. Коммуникационное сопровождение событий	24	7	7	14	10
Тема 5. Коммуникационные кампании в кризисных ситуациях	22	6	6	12	10
Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	108	32	32	65	43

### **Содержание разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Коммуникационная кампания в системе коммуникаций организации.  
Коммуникационные кампании: основные понятия, типы, составляющие. Предмет и виды коммуникационных компаний. Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций компании.

Тема 2. Подготовительный этап коммуникационной кампании.  
Стратегическое планирование коммуникационной кампании. Аудитория коммуникационной кампании. Разработка основного сообщения коммуникационной кампании. Инструменты и каналы коммуникации подачи циклов рекламных сообщений.

Тема 3. Организация коммуникационной кампании.  
Тактическое планирование коммуникационной кампании. Медиапланирование коммуникационной кампании. Показатели эффективности и бюджет коммуникационной кампании.

Тема 4. Коммуникационное сопровождение событий.  
Организация коммуникаций. Форма и средства подачи новостных материалов (медiateксты и медиамероприятия).

Тема 5. Коммуникационные кампании в кризисных ситуациях.  
Понятие кризиса. Особенности использования информации во время кризиса. Подготовка к кризисам и информационная деятельность в кризисной ситуации. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

#### **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

**5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

### 5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции УК-4:

Вопросы для собеседования:

1. Как определить цели и целевую аудиторию коммуникационной кампании?
2. Как выбрать правильные коммуникационные каналы для достижения поставленных целей?
3. Как создать эффективное сообщение или контент для коммуникационной кампании?
4. Как оценить бюджет и ресурсы, необходимые для реализации коммуникационной кампании?
5. Как оценить результаты коммуникационной кампании и определить успех?
6. Какие стратегии могут быть использованы для управления репутацией бренда через коммуникационные кампании?
7. Какие тенденции и инновации в области коммуникаций стоит учитывать при планировании кампаний?

### 5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПК-6:

Вопросы для собеседования:

1. Какие основные принципы следует учитывать при разработке коммуникационной кампании в кризисной ситуации?
2. Как оценить потенциальные угрозы и риски для репутации организации в кризисной ситуации?
3. Как сформулировать четкое и эффективное сообщение для своей аудитории во время кризиса?
4. Какие каналы коммуникации следует использовать для распространения информации в кризисной ситуации?
5. Как вовлечь коммуникационную команду и другие заинтересованные стороны в разработку и реализацию кризисной коммуникационной кампании?
6. Как оценить эффективность коммуникационных усилий в ходе кризисной ситуации и после ее завершения?

### Критерии оценивания (оценочное средство - Собеседование)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Обучающийся дает обоснованные и четко изложенные ответы на вопросы, допускаются незначительные погрешности в ответе.
не зачтено	Обучающийся не знает учебный материал, не может ответить на вопросы по теме задания, отказывается от ответа.

### 5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Доклад) для оценки сформированности компетенции ПК-6:

Темы для докладов:

1. Исследование целевой аудитории: методы и подходы.
2. Разработка целей и стратегий коммуникационной кампании.
3. Выбор подходящих коммуникационных каналов и инструментов.
4. Создание ключевых сообщений и их адаптация для различных аудиторий.

5. Управление репутацией и кризисное коммуникативное планирование.
6. Оценка эффективности коммуникационных кампаний и метрики успеха.
7. Работа с коммуникационной командой: роли, обязанности, и координация деятельности.
8. Основы коммуникационного планирования: ключевые концепции и принципы.
9. Исследование и анализ целевой аудитории для успешной коммуникационной кампании.
10. Этапы разработки эффективного коммуникационного плана.
11. Роль стратегий коммуникаций в достижении бизнес-целей.
12. Интегрированный маркетинг в коммуникационных кампаниях: тенденции и практика.
13. Выбор оптимальных коммуникационных каналов и инструментов: отражение на успехе кампании.
14. Креативный подход к разработке ключевых сообщений и контента.
15. Эффективные методы оценки результативности коммуникационных кампаний.
16. Управление репутацией и кризисное коммуникативное планирование: лучшие практики и кейсы.
17. Роль технологий и цифровых платформ в современных коммуникационных стратегиях.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме. Студент корректно отражает фактический, статистический материал и анализ рассматриваемых проблем. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление отвечает критериям лаконичности, информативности, визуальной подачи материала. Студент способен выразить идею ясно, ответить на все возникающие вопросы, удерживать внимание и интерес аудитории.
отлично	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме, студент в целом отражает фактический, статистический материал и анализ рассматриваемых проблем. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление отвечает критериям лаконичности, информативности. Студент способен выразить идею ясно при ответе на вопросы.
очень хорошо	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме, студент в целом отражает фактический и статистический материал, однако аналитические моменты выражены слабо. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление информативно, не перегружено общей информацией, удобно для восприятия слушателем. Студент способен выразить идею доклада в публичном выступлении, практически не испытывает трудности, отвечая на вопросы.
хорошо	Доклад соответствует теме, студент в целом отражает основные проблемы в тексте и выступлении. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление информативно, но перегружено общей информацией, тяжело для восприятия слушателем. Студент способен выразить идею доклада в

Оценка	Критерии оценивания
	публичном выступлении, но испытывает трудности при ответе на вопросы.
удовлетворительно	Доклад в целом соответствует изучаемой теме, но структура не логична, не в полной мере раскрывает тему. Студент не делает соответствующих ссылок либо приводит ссылки, не соответствующие действительности, использует не подходящие теме или недостоверные источники информации. Выступление не в полной мере раскрывает содержание доклада, не является удобной для восприятия. Студент с трудом выражает свою мысль, сталкивается со сложностями при взаимодействии с аудиторией.
неудовлетворительно	Структура доклада не соответствует заявленной теме, тема не раскрыта.
плохо	Доклад не предоставлен.

#### 5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-6:

1. Разработка коммуникационного плана для вымышленного продукта или услуги: включите анализ целевой аудитории, выбор коммуникационных каналов, ключевые сообщения и методы оценки успешности кампании.
2. Анализ коммуникационной стратегии конкурирующих брендов: определите их сильные и слабые стороны, выделите основные принципы успешной коммуникации.
3. Исследование и оценка репутации организации: проведите анализ общественного мнения, выявите основные тенденции и риски, разработайте план управления репутацией.
4. Креативное разработка коммуникационной кампании для социальной проблемы или некоммерческой организации: предложите инновационные и эмоционально привлекательные подходы для активизации социальной аудитории.
5. Анализ кейса успешной коммуникационной кампании из прошлого: изучите стратегию, тактику и результаты кампании, выделите ключевые уроки для будущих практик.

#### Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала.
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала.
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей

Оценка	Критерии оценивания
	непринципиального характера.
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности непринципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы.
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала.
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала.

### 5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-6:

Что такое SWOT-анализ в контексте планирования коммуникационных кампаний?

1. Анализ преимуществ, недостатков, возможностей и угроз
2. Методика проведения опросов
3. Обратная связь от клиентов

Что такое ROI в контексте оценки эффективности коммуникационной кампании?

1. Возврат на инвестиции
2. Расходы на организацию кампании
3. Расчет стоимости производства рекламы

### Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	100% правильных ответов
отлично	91-99% правильных ответов
очень хорошо	81-90% правильных ответов
хорошо	71-80% правильных ответов
удовлетворительно	51-70% правильных ответов

Оценка	Критерии оценивания
неудовлетворительно	21-50% правильных ответов
плохо	0-20% правильных ответов

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатор достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели	Имеется минимальный набор навыков для решения	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартны	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартны	Продемонстрированы навыки при решении нестандарт	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартны

	вследствие отказа обучающегося от ответа	место грубые ошибки	стандартны х задач с некоторым и недочетами	х задач с некоторым и недочетами	х задач без ошибок и недочетов	ных задач без ошибок и недочетов	х задач
--	--	---------------------	---	----------------------------------	--------------------------------	----------------------------------	---------

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	<b>превосходно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

#### 5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-4

1. Аудитория коммуникационной кампании
2. Разработка основного сообщения коммуникационной кампании
3. Инструменты и каналы коммуникации
4. Стейкхолдеры коммуникационной кампании
5. Целевое сегментирование
6. Профиль / портрет / аватар потребителя / клиента
7. Позиционирование продукта
8. Ситуационный анализ и планирование коммуникационной кампании
9. Медиапланирование коммуникационной кампании
10. Показатели эффективности коммуникационной кампании
11. Показатели оценки качества рекламных материалов
12. Показатели оптимизации бюджета
13. Бюджет коммуникационной кампании

14. Оценка результативности коммуникационной кампании
15. Возможные ошибки коммуникации в кризисных ситуациях

### 5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-6

1. Типы коммуникационных кампаний
2. Составляющие коммуникационных кампаний
3. Предмет коммуникационных кампаний
4. Роль коммуникаций в стратегическом развитии организации
5. Коммуникативная стратегия
6. Цели коммуникационных кампаний
7. Фирменный стиль как основа визуальной политики и коммуникации компании
8. Бренд в системе коммуникаций
9. Структура корпоративной идентификации компании
10. Бренд-бук и паспорт фирменных стандартов
11. Стратегическое планирование коммуникационной кампании
12. Подходы к разработке основного сообщения коммуникационной кампании
13. Инструменты и каналы коммуникации
14. ATL-коммуникации
15. BTL-коммуникации
16. PR-инструменты
17. Интернет-коммуникации
18. Тактическое планирование коммуникационной кампании
19. Организационная система управления коммуникационной кампанией
20. Мониторинг коммуникационной кампании
21. Особенности события как предмета коммуникационной кампании
22. Этапы коммуникационного сопровождения событий
23. Инструменты коммуникационного сопровождения событий
24. Особенности разработки и реализации коммуникационных кампаний в кризисных ситуациях
25. Превентивные меры в коммуникации в условиях кризиса

### Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Хорошая подготовка. Владение материалом на высоком уровне, ориентация в основных понятиях. Студент дает ответ на все основные вопросы, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Практически отсутствуют ошибки при ответах на дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора. Студент активно работал семинарах, пропустил по неуважительной причине несколько занятий.
не зачтено	Подготовка недостаточная и требует дополнительного изучения материала. Практически отсутствие знаний по материалам курса. Представление лишь о предмете науки. Студент дает ошибочные ответы, как на теоретические вопросы билета, так и на наводящие и дополнительные вопросы экзаменатора. Студент пропустил большую часть занятий по неуважительной причине, на семинарах не работал.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

### Основная литература:

1. Чумиков А. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие / А. Н. Чумиков. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 199 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15991-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=871071&idb=0>.
2. Доброзракова Г. А. Теория и практика медиакоммуникаций : учебник для бакалавров, обучающихся по направлению «реклама и связи с общественностью» / Доброзракова Г. А. - Самара : ПГУТИ, 2021. - 281 с. - Книга из коллекции ПГУТИ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=859648&idb=0>.
3. Кургаева Ж. Ю. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие / Кургаева Ж. Ю. - Казань : КНИТУ, 2022. - 112 с. - Книга из коллекции КНИТУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-7882-3185-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=865101&idb=0>.
4. Реклама и связи с общественностью: теоретические аспекты : Учебно-методическое пособие. Ч. 1. Реклама и связи с общественностью: теоретические аспекты. Часть 1 / Беспалова И. В., Вилкова Е. В., Воскресенская Н. Г., Кузнецова Н. А., Орлинская О. М., Селиверстова Ю. А., Фирулина Е. Г., Фортунатов А. Н., Щавелева М. Б., Фортунатова А. Н. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2022. - 82 с. - Рекомендовано методической комиссией института международных отношений и мировой истории для студентов ННГУ, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». - Книга из коллекции ННГУ им. Н. И. Лобачевского - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=830238&idb=0>.
5. Шарков Феликс Изосимович. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : Учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 3. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022. - 322 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04536-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875238&idb=0>.

### Дополнительная литература:

1. Черепанов Всеволод Дмитриевич. Реклама и связи с общественностью в кризисных ситуациях : Учебное пособие / Российский университет транспорта (МИИТ). - Москва : Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет транспорта», 2018. - 170 с. - ВО - Бакалавриат., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=835719&idb=0>.
2. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. Практикум / Чумиков А. Н. - Москва : Юрайт, 2022. - 173 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/493974> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-06706-4 : 609.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=788233&idb=0>.
3. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании : учебное пособие / Чумиков А.Н. - Москва : Аспект-Пресс, 2014. - 160 с. - ISBN 978-5-7567-0749-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772525&idb=0>.
4. Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации : учебное пособие / Чумиков А.Н. - Москва : Проспект, 2021. - 192 с. - ISBN 978-5-392-35284-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?>

Action=FindDocs&ids=839069&idb=0.

5. Шарков Феликс Изосимович. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : Учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 3. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022. - 322 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04536-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875238&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] /

<http://www.akarussia.ru/>

2. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) [электронный ресурс] /

<https://raso.ru/>

3. Новостной портал SOSTAV - СМИ о рекламе, маркетинге и PR в России [электронный ресурс] /

<https://www.sostav.ru>

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 46.03.02 - Документоведение и архивоведение.

Автор(ы): Селиверстова Юлия Александровна, кандидат политических наук.

Рецензент(ы): Кузнецова Наталия Алексеевна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 28.11.2025, протокол № 6.