

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Дзержинский филиал ННГУ

---

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Организация и проведение коммуникационных кампаний

---

Уровень высшего образования

Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

---

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией

---

Форма обучения

очная, заочная

---

г. Дзержинск

2024 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.33 Организация и проведение коммуникационных кампаний относится к обязательной части 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-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1: Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы. УК-2.2: Умеет определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в рамках избранных видов профессиональной деятельности	УК-2.1: Знать основные маркетинговые инструменты, требованиями к организации коммуникационных кампаний Уметь оценивать и выбирать современные средства для организации коммуникационных кампаний Владеть навыками составления рабочих планов и графиков коммуникативных кампаний и мероприятий  УК-2.2: Уметь создавать, организовывать взаимодействие в команде, управлять командой Знать принципы и профессиональные стандарты современных коммуникаций Владеть технологией управления различными видами коммуникационных кампаний	Тест	Зачёт: Контрольные вопросы
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1: Знает различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия УК-3.2: Имеет практический опыт участия в командной работе, в	УК-3.1: Знать - этические основы деловых коммуникаций Уметь - вести деловые переговоры, выступать публично	Реферат	Зачёт: Проект Реферат

	социальных проектах, в шефской или волонтерской деятельности, опыт распределения ролей в условиях командного взаимодействия	Владеть – стратегиями ведения письменных коммуникаций  УК-3.2: Знать – тенденции развития общественных и государственных институтов  Уметь – формировать персональный имидж руководителя, корпоративный имидж организации Владеть – навыком ведения деловых переговоров		
ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1: Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2: Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	ОПК-2.1: Знать - правовые и этические основы регулирования PR- деятельности Уметь - вести деловые переговоры, выступать публично Владеть - навыками работы с внешними организациями  ОПК-2.2: Знать – систему взаимодействия связей с общественностью СМИ Уметь – формировать персональный имидж руководителя, корпоративный имидж организации Владеть - навыком управления кризисной ситуацией	Задания	Зачёт: Контрольные вопросы
ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные	ОПК-4.1: Уметь рационально организовывать план коммуникативных мероприятий с учетом имеющихся финансовых и кадровых ресурсов. Знать принципы и профессиональные стандарты современного коммуникативного менеджмента	Задания	Зачёт: Контрольные вопросы

	<p>характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Владеть технологией управления информационными потоками в сложных иерархических системах (государства, партии, корпорации и т.п.)</p> <p>ОПК-4.2: Уметь налаживать долговременные конструктивные отношения с представителями активной части общественности Знать взаимосвязи между свойствами определенной группы общественности и оптимальными форматами публичной коммуникации с данной группой Владеть навыками выявления значимых социальных и психических характеристик целевых аудиторий для достижения эффективной коммуникации с ними.</p>		
--	---	---	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
в том числе		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>		
- занятия лекционного типа	12	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	16	4
- КСР	1	1
<b>самостоятельная работа</b>	<b>43</b>	<b>59</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
	<b>Зачёт</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	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0		
Тема 1. Особенности организации кампаний по связям с общественностью	15	6	2	1	3	0	5	1	10	5	
Тема 2. Направления работы PR-службы. Стратегические цели и задачи	15	11	2	1	3	0	5	1	10	10	
Тема 3. Особенности PR в государственном управлении слоганов.	15	12	2	1	3	1	5	2	10	10	
Тема 4. PR-кампании в коммерческой сфере и их особенности.	10	12	2	1	3	1	5	2	5	10	
Тема 5. «Черный» PR и его использование.	10	11	2	0	3	1	5	1	5	10	
Тема 6. Спинконтроль в PR-кампании	6	15	2	0	1	1	3	1	3	14	
Аттестация	0	4									
КСР	1	1						1	1		
Итого	72	72	12	4	16	4	29	9	43	59	

#### Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Особенности организации кампаний по связям с общественностью

Тема 2. Направления работы PR-службы. Стратегические цели и задачи

Тема 3. Особенности PR в государственном управлении слоганов.

Тема 4. PR-кампании в коммерческой сфере и их особенности.

Тема 5. «Черный» PR и его использование.

Тема 6. Спинконтроль в PR-кампании  
Контроль самостоятельной работы

#### 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.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:  
- электронный курс "Организация и проведение коммуникационных кампаний".

## **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 - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-2:**

1. Система основных идей и положений, учитываемых при разработке и реализации PR-кампании, это:

- а) стратегия PR-кампании
- б) концепция PR-кампании (+)
- в) маркетинговые исследования
- г) тактика PR-кампании

2. Эта задача PR состоит в информировании, создании и поддержании понятного целевым аудиториям и общественности образа корпорации. По сути, эта задача состоит в создании системы позитивных стереотипов у внутренней и внешней общественности относительно корпорации, что делает её осведомленной о наиболее существенных, отличительных качествах и функциях данной корпорации от других:

- а) контрреклама
- б) позиционирование (+)
- в) возвышение имиджа
- г) антиреклама

3. PR-мероприятие для СМИ, в котором участвуют несколько спикеров с различными программными заявлениями в рамках одного информационного повода:

- а) брифинг
- б) пресс-тур

в) пресс-конференция(+)

г) пресс-ланч

4. Экономическая демонстрация образцов, которая представляет собой крупный рынок товаров и действует в течение ограниченного времени в одном и том же месте:

а) презентация;

б) ярмарка; (+)

в) конференция;

г) пресс-тур.

5. PR-материал, содержащий базовую информацию событийного текущего характера, не являющуюся новостью или сенсацией:

а) пресс-релиз;

б) проспект;

в) бэкграундер; (+)

г) брошюра.

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

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо» 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	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Реферат) для оценки сформированности компетенции УК-3:

#### Темы рефератов

1. Мифотехнологии рекламы и PR.
2. Науки коммуникативного цикла, значимые для рекламы и PR: риторика, герменевтика.
3. Науки коммуникативного цикла, значимые для рекламы и PR: нейролингвистическое программирование, теория переговоров.
4. Кампания как процесс деятельности и комплекс мероприятий. Специфика
5. рекламной и PR-кампании.
6. Отличие PR-кампании от PR-акции.
7. Понятие целевой аудитории и ключевых целевых групп рекламной и PR-кампании.
8. Виды и особенности стратегий рекламной и PR-кампании.
9. Событийное планирование. Виды рекламных и PR-мероприятий и их особенности.
10. Форматы мероприятий (событий): пресс-конференция, брифинг, краткое заявление
11. для прессы, пресс-тур.
12. Форматы мероприятий (событий): церемония открытия, день открытых дверей, прием,
13. посещение (визит).
14. Форматы мероприятий (событий): презентация, дегустация, выставка, ярмарка.
15. Форматы мероприятий (событий): пикет, митинг, шествие, демонстрация, флэш-моб.
16. Форматы мероприятий (событий): концерт, фестиваль, конкурс, марафон, товарищеский матч.
17. Специфика и методология работы со СМИ в режиме планирования и организации
- рекламной и PR-кампании.
18. Особенности проведения PR-кампаний в различных сферах общественной жизни.

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

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже



Оценка	Критерии оценивания
	«хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо» 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	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ОПК-2:

#### Задание 1. «Особенности бюджетного планирования коммуникационных кампаний».

**Цель работы** овладеть навыками формирования бюджета для проведения всех этапов коммуникационной кампании.

##### **Задачи:**

А) определить основные статьи расходов бюджета коммуникационной кампании и сформировать смету на организацию и проведение коммуникационной кампании.

Б) составить финансовый план коммуникационной кампании.

В теоретической части: рассмотреть подходы к формированию бюджета коммуникационной кампании. Особенности формирования бюджета в условиях ограниченных ресурсов. Определить основные статьи расходов бюджета коммуникационной кампании: персонал, изготовление и распространение печатной продукции, изготовление и трансляция аудио- и видеоматериалов, аренда помещений, транспорт, связь и коммуникации и т.п.

В практической части определить необходимые статьи расходов на проведение коммуникационной кампании, составить смету и финансовый план (для базисного субъекта PR исследуемого в дипломной работе).

#### Задание 2. «Анализ ситуации и ресурсов базисного субъекта коммуникационной кампании».

**Цель работы** научиться проводить аудит базисного субъекта PR, определять основные индикаторы аудита.

**Задачи:** провести ресурсную диагностику базисного субъекта PR. Дать классификацию ресурсов (имеющиеся и привлекаемые (запрашиваемые) ресурсы).

В теоретической части описать различные методы анализа: SWOT-анализ. PEST-анализ. Анализ конкурентов. Анализ заинтересованных сторон. Метод кейс-стади. Ситуационный анализ. Контент-анализ. Методика анализа медийной повестки дня. Ивент-анализ.

Методы прогнозирования негативных последствий от нерешенной проблемы или нереализованной возможности: «сетка событий», моделирование, метод аналогии, трендовый анализ. Определить основные подходы к пониманию цели. Концепция SMART. Процессный подход. Ситуационный подход. Особенности постановки целей и задач рекламной и PR-кампании. Специфика и классификация целей кампании.

В практической части провести ресурсную диагностику базисного субъекта PR (по теме дипломной работы). Дать классификацию ресурсов. Имеющиеся и привлекаемые (запрашиваемые) ресурсы. Провести анализ коммуникационных потоков.

#### **5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ОПК-4:**

##### **Задание 1. «Особенности бюджетного планирования коммуникационных кампаний».**

**Цель работы** овладеть навыками формирования бюджета для проведения всех этапов коммуникационной кампании.

**Задачи:**

А) определить основные статьи расходов бюджета коммуникационной кампании и сформировать смету на организацию и проведение коммуникационной кампании.

Б) составить финансовый план коммуникационной кампании.

В теоретической части: рассмотреть подходы к формированию бюджета коммуникационной кампании. Особенности формирования бюджета в условиях ограниченных ресурсов. Определить основные статьи расходов бюджета коммуникационной кампании: персонал, изготовление и распространение печатной продукции, изготовление и трансляция аудио- и видеоматериалов, аренда помещений, транспорт, связь и коммуникации и т.п.

В практической части определить необходимые статьи расходов на проведение коммуникационной кампании, составить смету и финансовый план (для базисного субъекта PR исследуемого в дипломной работе).

##### **Задание 2. «Анализ ситуации и ресурсов базисного субъекта коммуникационной кампании».**

**Цель работы** научиться проводить аудит базисного субъекта PR, определять основные индикаторы аудита.

**Задачи:** провести ресурсную диагностику базисного субъекта PR. Дать классификацию ресурсов (имеющиеся и привлекаемые (запрашиваемые) ресурсы).

В теоретической части описать различные методы анализа: SWOT-анализ. PEST-анализ. Анализ конкурентов. Анализ заинтересованных сторон. Метод кейс-стади. Ситуационный анализ. Контент-анализ. Методика анализа медийной повестки дня. Ивент-анализ. Методы прогнозирования негативных последствий от нерешенной проблемы или нереализованной возможности: «сетка событий», моделирование, метод аналогии, трендовый

анализ. Определить основные подходы к пониманию цели. Концепция SMART. Процессный подход. Ситуационный подход. Особенности постановки целей и задач рекламной и PR-кампании. Специфика и классификация целей кампании.

В практической части провести ресурсную диагностику базисного субъекта PR (по теме дипломной работы). Дать классификацию ресурсов. Имеющиеся и привлекаемые (запрашиваемые) ресурсы. Провести анализ коммуникационных потоков.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо» 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	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 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	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.

	отказа обучающегося от ответа		ошибок	несколько негрубых ошибок	несколько несущественных ошибок	нет.	
<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 отдельным и 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 вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных 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-2**

Вопросы
1. PR-кампания как стратегическая составляющая комплекса продвижения.
1. Этапы коммуникационной кампании.
1. SWOT-анализ как итог аналитического этапа. Концепция PR-кампании в виде гипотезы.
1. Креативное планирование PR-кампании. Ключевые послания. Методы поиска новых идей.
1. Основания для принятия решения о проведении PR-кампании.
1. Типы PR-кампаний.
1. Бриф на проведение PR-кампании.
1. Экономическая эффективность PR-кампании.
1. Особенности проведения PR-кампаний в различных сферах общественной жизни.
1. Кризисные PR.
1. Государственные PR.
1. Избирательные (политические) PR.
1. Финансовые PR.
1. Внутренние (корпоративные) PR.

**5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК-2**

Вопросы
---------

1. PR-кампания как стратегическая составляющая комплекса продвижения.
1. Этапы коммуникационной кампании.
1. SWOT-анализ как итог аналитического этапа. Концепция PR-кампании в виде гипотезы.
1. Креативное планирование PR-кампании. Ключевые послания. Методы поиска новых идей.
1. Основания для принятия решения о проведении PR-кампании.
1. Типы PR-кампаний.
1. Бриф на проведение PR-кампании.
1. Экономическая эффективность PR-кампании.
1. Особенности проведения PR-кампаний в различных сферах общественной жизни.
1. Кризисные PR.
1. Государственные PR.
1. Избирательные (политические) PR.
1. Финансовые PR.
1. Внутренние (корпоративные) PR.

### 5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК-4

Вопросы
1. PR-кампания как стратегическая составляющая комплекса продвижения.
1. Этапы коммуникационной кампании.
1. SWOT-анализ как итог аналитического этапа. Концепция PR-кампании в виде

гипотезы.
1. Креативное планирование PR-кампании. Ключевые послания. Методы поиска новых идей.
1. Основания для принятия решения о проведении PR-кампании.
1. Типы PR-кампаний.
1. Бриф на проведение PR-кампании.
1. Экономическая эффективность PR-кампании.
1. Особенности проведения PR-кампаний в различных сферах общественной жизни.
1. Кризисные PR.
1. Государственные PR.
1. Избирательные (политические) PR.
1. Финансовые PR.
1. Внутренние (корпоративные) PR.

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

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо» 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	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Реферат) для оценки сформированности компетенции УК-3

#### Темы рефератов

1. Мифотехнологии рекламы и PR.
2. Науки коммуникативного цикла, значимые для рекламы и PR: риторика, герменевтика.
3. Науки коммуникативного цикла, значимые для рекламы и PR: нейролингвистическое программирование, теория переговоров.
4. Кампания как процесс деятельности и комплекс мероприятий. Специфика
5. рекламной и PR-кампании.
6. Отличие PR-кампании от PR-акции.
7. Понятие целевой аудитории и ключевых целевых групп рекламной и PR-кампании.
8. Виды и особенности стратегий рекламной и PR-кампании.
9. Событийное планирование. Виды рекламных и PR-мероприятий и их особенности.
10. Форматы мероприятий (событий): пресс-конференция, брифинг, краткое заявление
11. для прессы, пресс-тур.
12. Форматы мероприятий (событий): церемония открытия, день открытых дверей, прием,
13. посещение (визит).
14. Форматы мероприятий (событий): презентация, дегустация, выставка, ярмарка.
15. Форматы мероприятий (событий): пикет, митинг, шествие, демонстрация, флэш-моб.
16. Форматы мероприятий (событий): концерт, фестиваль, конкурс, марафон, товарищеский матч.
17. Специфика и методология работы со СМИ в режиме планирования и организации рекламной и PR-кампании.
18. Особенности проведения PR-кампаний в различных сферах общественной жизни.

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

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже



Оценка	Критерии оценивания
	«хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо» 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	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

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

### Основная литература:

1. Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум / Г. А. Борщевский. - Москва : Юрайт, 2023. - 261 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15901-1. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=840422&idb=0>.
2. Емельянов С. М. Связи с общественностью: управление рисками и кризисными коммуникациями : учебное пособие для вузов / Емельянов С. М. - 2-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 204 с. - Книга из коллекции Лань - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-507-47338-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=885637&idb=0>.
3. Жесткова Н. А. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие по дисциплине «теория и практика связей с общественностью» по направлению подготовки «42.03.01 реклама и связи с общественностью» дневной и заочной формы обучения / Жесткова Н. А. - Самара : ПГУТИ, 2021. - 85 с. - Книга из коллекции ПГУТИ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=859705&idb=0>.

### Дополнительная литература:

1. Воронов Д. Г. Деловые коммуникации: Практикум / Воронов Д. Г., Гейман О. Б. - Москва : РТУ МИРЭА, 2023. - 65 с. - Книга из коллекции РТУ МИРЭА - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-7339-1962-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=888533&idb=0>.
2. Жесткова Н. А. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие по дисциплине «теория и практика связей с общественностью» по направлению подготовки «42.03.01 реклама и связи с общественностью» дневной и заочной формы обучения / Жесткова Н. А. - Самара : ПГУТИ, 2021. - 85 с. - Книга из коллекции ПГУТИ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=859705&idb=0>.

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

1. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] Режим доступа <http://www.akarussia.ru/>
2. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // Режим доступа

www.sostav.ru, . — Загл. с экрана. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] Режим доступа // www.advertology.ru.

3. Фонд образовательных электронных ресурсов ННГУ Электронный ресурс [Электронный ресурс]. <http://www.unn.ru/books/resources.html>

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

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

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 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Рыжакова Елена Владимировна, кандидат культурологии.

Заведующий кафедрой: Царёв Евгений Вячеславович, кандидат юридических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 23.12.2023, протокол № 17.