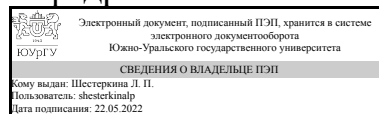


УТВЕРЖДАЮ:  
Заведующий выпускающей  
кафедрой



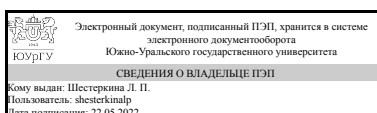
Л. П. Шестеркина

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П1.04 Разработка PR-кампаний  
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
уровень Бакалавриат  
профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в новых медиа  
форма обучения заочная  
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

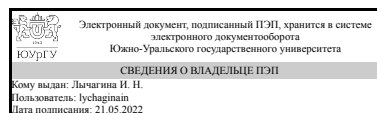
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,  
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,  
к.пед.н., доц., доцент



И. Н. Лычагина

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель – научить студентов осуществлять эффективную деятельность в области PR-проектирования. Задачи: 1. Познакомить с основными этапами PR-кампании. 2. Научить проводить ситуационный анализ. 3. Сформировать навыки разработки креативных идей. 4. Сформировать представление о принципах формирования различных бюджетов. 5. Познакомить с основными критериями оценки эффективности PR-кампаний.

## Краткое содержание дисциплины

В дисциплине студенты знакомятся с типологиями PR-кампании, основными этапами (аналитическим, этапом планирования, этапом реализации и оценки эффективности), требованиями к формулировке проблемы, методами генерирования идей, видами планов и критериями оценки результатов PR-кампании.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)  | Планируемые результаты обучения по дисциплине   |
|--|---|
| ПК-7 Способен планировать и организовывать проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью | Знает: Основные алгоритмы проектов в сфере связей с общественностью<br>Умеет: Разрабатывать и проводить PR-кампании и мероприятия<br>Имеет практический опыт: Разработки стратегии PR-кампании, продуктов PR-деятельности |

## 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана            | Перечень последующих дисциплин, видов работ                    |
|--|--|
| Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) | Производственная практика, преддипломная практика (10 семестр) |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

| Дисциплина   | Требования   |
|--|--|
| Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) | Знает: Основные технологии маркетинговых коммуникаций, технические приемы интеграции коммуникационных средств коммуникаций, приемы и методы интегрированных онлайн и оффлайн маркетинговых коммуникаций, Этапы планирования и организации интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: Разрабатывать комплекс маркетинговых коммуникаций и применять технические средства для распространения контента маркетинговых коммуникаций, на основе |

|  |   |
|--|---|
|  | приемов и методов онлайн и оффлайн воздействия., Формулировать концепцию интегрированных маркетинговых коммуникаций, планировать, разрабатывать коммуникационные программы и проводить оценку их эффективности Имеет практический опыт: Применения онлайн и оффлайн технологий продвижения предмета маркетинговых коммуникаций, основываясь на технологиях и технических средствах распространения контента., Планирования и разработки коммуникационных проектов в области рекламы и связей с общественностью на основе интегрированного подхода |
|--|---|

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 18,25 ч. контактной работы

| Вид учебной работы   | Всего часов | Распределение по семестрам в часах |  |
|--|-------------|------------------------------------|--|
|  |             | Номер семестра                     |  |
|  |             | 9                                  |  |
| Общая трудоёмкость дисциплины  | 108         | 108                                |  |
| <i>Аудиторные занятия:</i>   | 12          | 12                                 |  |
| Лекции (Л)   | 4           | 4                                  |  |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 8           | 8                                  |  |
| Лабораторные работы (ЛР)   | 0           | 0                                  |  |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>  | 89,75       | 89,75                              |  |
| с применением дистанционных образовательных технологий                     | 0           |                                    |  |
| Разработка PR-кампании   | 31          | 31                                 |  |
| Подготовка к зачету  | 30          | 30                                 |  |
| Выполнение практического задания   | 16          | 16                                 |  |
| Подготовка докладов  | 12,75       | 12.75                              |  |
| Консультации и промежуточная аттестация                                    | 6,25        | 6,25                               |  |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)                                   | -           | зачет                              |  |

#### 5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины                       | Объем аудиторных занятий по видам в часах |   |    |    |
|-----------|--|---|---|----|----|
|           |  | Всего                                     | Л | ПЗ | ЛР |
| 1         | PR-кампания: понятие, характеристики, типологии, этапы | 3   | 1 | 2  | 0  |
| 2         | Особенности аналитического этапа PR-кампании           | 3   | 1 | 2  | 0  |
| 3         | Этап планирования PR-кампании                          | 3   | 1 | 2  | 0  |
| 4         | Этап реализации PR-кампании                            | 2   | 1 | 1  | 0  |

|   |                                       |   |   |   |   |
|---|---------------------------------------|---|---|---|---|
| 5 | Этап оценки эффективности PR-кампании | 1 | 0 | 1 | 0 |
|---|---------------------------------------|---|---|---|---|

## 5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия   | Кол-во часов |
|----------|-----------|---|--------------|
| 1        | 1         | PR-кампания: понятие, характеристики, типологии, этапы • PR-кампания и текущая PR-деятельность; • PR-кампаний и PR-операция; • типологии PR-кампании по предметной направленности, в зависимости от целевой аудитории, длительности, географии распространения; • формула RACE. | 1            |
| 2        | 2         | Особенности аналитического этапа PR-кампании • фазы аналитического этапа; • требования к формулировке проблемы; • ситуационный анализ в PR; • фаза фокусированного исследования.  | 1            |
| 3        | 3         | Этап планирования PR-кампании: - формулировка целей; - стратегия и идея PR-кампании; - выбор технологий и инструментов; - виды планов.  | 1            |
| 4        | 4         | Этап реализации PR-кампании: • особенности этапа; • этапы осуществления коммуникаций; • принципы проведения PR-мероприятий. Формула 4 "P" и "F"; • угрозы, с которыми сталкивается специалист в области продвижения на этапе реализации PR-кампании.                            | 1            |
| 5        | 5         | Этап оценки эффективности PR-кампании: • особенности этапа; • ключевые подходы к оценке эффективности PR-кампании; • критерии оценки эффективности; • модели оценки эффективности.  | 0            |

## 5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара   | Кол-во часов |
|-----------|-----------|---|--------------|
| 1         | 1         | PR-кампания и рекламная кампания: общие черты и различия  | 2            |
| 2         | 2         | Составление брифа: понятие, структура, особенности сбора информации   | 2            |
| 3         | 3         | Специфика бюджетного планирования   | 2            |
| 4         | 4         | Формула 4"P" и "F" как основа организации PR-мероприятия: место, персонал, информирование о мероприятии, представление информации на мероприятии и действия после мероприятия | 1            |
| 5         | 5         | Этап оценки эффективности   | 1            |

## 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

## 5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС         |  |         |              |
|------------------------|--|---------|--------------|
| Подвид СРС             | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс   | Семестр | Кол-во часов |
| Разработка PR-кампании | Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2018. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-2796-3. — Текст : электронный // Лань : электронно- | 9       | 31           |

|                                  |  |   |       |
|----------------------------------|--|---|-------|
|                                  | библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/101864">https://e.lanbook.com/book/101864</a>   |   |       |
| Подготовка к зачету              | Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2018. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-2796-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/101864">https://e.lanbook.com/book/101864</a><br>Чумиков, А. Н. Коммуникационные кампании [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 156, [1] с. ил. | 9 | 30    |
| Выполнение практического задания | Бареев, В. А. Консалтинг в связях с общественностью: Электронное учебное пособие : учебное пособие / В. А. Бареев. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. — 284 с. — ISBN 978-5-94047-647-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/63766">https://e.lanbook.com/book/63766</a>  | 9 | 16    |
| Подготовка докладов              | Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : учебное пособие / А. Н. Чумиков. — 2-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — ISBN 978-5-7567-0819-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/97267">https://e.lanbook.com/book/97267</a>  | 9 | 12,75 |

## 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Се-местр | Вид контроля     | Название контрольного мероприятия        | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов  | Учитывается в ПА |
|------|----------|------------------|--|-----|------------|--|------------------|
| 1    | 9        | Текущий контроль | Оценка PR-мероприятия                    | 1   | 5          | "Отлично" - 5 баллов; "хорошо" - 4 балла; "удовлетворительно" - 3 балла; "Неудовлетворительно" - 0-2 балла               | зачет            |
| 2    | 9        | Текущий контроль | Задание 2<br>Анализ сценария мероприятия | 1   | 15         | "Отлично" - 14-15 баллов; "хорошо" - 11-13 баллов; "удовлетворительно" - 8-10 баллов; "Неудовлетворительно" - 0-7 баллов | зачет            |
| 3    | 9        | Текущий          | Разработка PR-                           | 1   | 40         | "Отлично" - 35-40 баллов; "хорошо" - 30-34   | зачет            |

|   |   |                          |         |   |    |  |       |
|---|---|--------------------------|---------|---|----|--|-------|
|   |   | контроль                 | проекта |   |    | балла; "удовлетворительно" - 20-29 баллов;<br>"Неудовлетворительно" - 0-19 баллов  |       |
| 4 | 9 | Промежуточная аттестация | зачет   | - | 40 | На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Мероприятие промежуточной аттестации проводится в случае, если обучающийся имеет рейтинг по дисциплине с учетом текущего контроля менее 60 процентов, или желает повысить рейтинг.<br>Отлично - 36-40 баллов; хорошо - 31-35 баллов; удовлетворительно - 21-30 баллов; неудовлетворительно- 0-20 баллов | зачет |

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения  | Критерии оценивания                     |
|------------------------------|---|---|
| зачет                        | <p>Оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине происходит на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Положительная оценка: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60-100 %.</p> <p>Неудовлетворительная оценка: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0-59 %. Обучающийся может повысить свой рейтинг, пройдя процедуру промежуточной аттестации – зачет. Максимальный балл за зачет – 40 (вклад в рейтинг по дисциплине составляет 40%). Зачет проводится в виде теста (40 вопросов). Максимальное количество баллов – 40. На подготовку отводится 45 мин. Критерии оценивания теста: проходной балл - 24 . Преподаватель имеет право провести собеседование со студентом с целью более точного определения баллов за каждое задание. По результатам проверки теста и после подсчета суммы баллов, рассчитывается величина рейтинга обучающегося по дисциплине как процент набранных на зачете баллов данным студентом от максимально возможных баллов за зачет(40). Рейтинг по дисциплине равен сумме рейтинга по текущему контролю, рейтинга по промежуточной аттестации.</p> | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

## 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

|             |                     |   |
|-------------|---------------------|---|
| Компетенции | Результаты обучения | № |
|-------------|---------------------|---|

|      |  | КМ |   |    |    |
|------|--|----|---|----|----|
|      |  | 1  | 2 | 3  | 4  |
| ПК-7 | Знает: Основные алгоритмы проектов в сфере связей с общественностью                  | +  |   | ++ |    |
| ПК-7 | Умеет: Разрабатывать и проводить PR-кампании и мероприятия                           |    | + |    | +  |
| ПК-7 | Имеет практический опыт: Разработки стратегии PR-кампании, продуктов PR-деятельности |    |   |    | ++ |

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

#### а) основная литература:

Не предусмотрена

#### б) дополнительная литература:

1. Чумиков, А. Н. Коммуникационные кампании [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 156, [1] с. ил.

#### в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Пресс-служба
2. PR в России

#### г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.

#### из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.

### Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы            | Наименование ресурса в электронной форме          | Библиографическое описание   |
|---|---------------------------|---|--|
| 1 | Основная литература       | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2018. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-2796-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/101864">https://e.lanbook.com/book/101864</a> |
| 2 | Дополнительная литература | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Барежев, В. А. Консалтинг в связях с общественностью: Электронное учебное пособие : учебное пособие / В. А. Барежев. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. — 284 с. — ISBN 978-5-94047-647-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:  |

|   |                           |   |   |
|---|---------------------------|---|---|
|   |                           |   | <a href="https://e.lanbook.com/book/63766">https://e.lanbook.com/book/63766</a>   |
| 3 | Дополнительная литература | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : учебное пособие / А. Н. Чумиков. — 2-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — ISBN 978-5-7567-0819-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/97267">https://e.lanbook.com/book/97267</a> |

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий                     | № ауд.     | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий |
|---------------------------------|------------|--|
| Лекции                          | 450<br>(1) | Мультимедийный информационный комплекс, проектор   |
| Практические занятия и семинары | 410<br>(1) | Компьютер с выходом в Интернет   |
| Самостоятельная работа студента | 410<br>(1) | компьютер с выходом в Интернет   |