

Аннотация дисциплины Б.1.1.25 Дисциплина. Организация и проведение коммуникационных кампаний

Дисциплина "Организация и проведение коммуникационных кампаний" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Реклама и связи с общественностью в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях" направления подготовки "42.03.01 Реклама и связи с общественностью".

Дисциплина изучается в 6, 7 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 324/9 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме балльно-рейтинговый контроль, экзамен.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
2. ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
3. ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
4. ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Коммуникация и коммуникационная кампания
2. Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций бизнеса
3. Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций бизнеса
4. Подготовительный этап коммуникационных кампаний
5. Инструменты и каналы коммуникаций
6. Организация коммуникационных кампаний
7. Разработка коммуникационной кампании
8. Типы коммуникации в Интернете
9. Структура коммуникационной кампании.
10. Коммуникационный аудит
11. Миссия и видение организации: PR-программирование.
12. Модульные технологии в PR-практике.
13. Команда проекта.
14. Условия двухступенчатого тендерного конкурса
15. Определение общего объема бюджетных средств
16. Распределение средств бюджета кампании
17. Оценка эффективности коммуникационной кампании
18. Технологии PR как эффективный

инструментарии

реализации коммуникационной кампании

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: дискуссионные, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, деловая игра, классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма, мини-проекты, ролевая игра.