

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Кубанский государственный университет»  
Факультет истории, социологии и международных отношений

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе,  
качеству образования – первый  
проректор

А.Г. Иванов



«6» июля 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.В.ДВ.15.02 Организация и проведение пиар-кампаний**

*(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)*

Направление

подготовки/специальность 41.03.05 Международные отношения  
*(код и наименование направления подготовки/специальности)*

Направленность (профиль) /

специализация Международная безопасность  
*(наименование направленности (профиля) специализации)*

Программа подготовки прикладная  
*(академическая /прикладная)*

Форма обучения очная  
*(очная, очно-заочная, заочная)*

Квалификация (степень) выпускника бакалавр  
*(бакалавр, магистр, специалист)*

Краснодар 2016

Рабочая программа дисциплины «Организация и проведение пиар-кампаний» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 41.03.05 Международные отношения.

Программу составил:

Р.З. Близняк, канд. полит. наук, доцент

Рабочая программа дисциплины «Организация и проведение пиар-кампаний» утверждена на заседании кафедры всеобщей истории и международных отношений протокол № 7 «22» марта 2016 г.

Заведующий кафедрой А.Г. Иванов

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры всеобщей истории и международных отношений протокол № 7 «22» марта 2016 г.

Заведующий кафедрой А.Г. Иванов

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета истории, социологии и международных отношений протокол №3 «12» апреля 2016 г.

Председатель УМК факультета \_\_\_\_\_

фамилия, инициалы

\_\_\_\_\_

подпись

Рецензенты:

Робский Е. В.- заместитель председателя Союза «Торгово-промышленная палата Краснодарского края»

Кумпан В.А. к.и.н. доцент кафедры всеобщей истории и международных отношений

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

### 1.1 Цель освоения дисциплины

формирование системных представлений о теоретических основах и прикладных аспектах проведения пиар-кампаний.

### 1.2 Задачи дисциплины.

- раскрыть теоретические основы организации и проведения пиар-кампаний;
- дать представление об основных компонентах и технологиях пиар-кампаний;
- сформировать знания, умения и навыки организации и проведения PR-кампаний.

### 1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Организация и проведение пиар-кампаний» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Основывается на знании дисциплины «Социология».

### 1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных компетенций (ПК)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-4	Способность находить нестандартные интерпретации международной информации и проводить соответствующий анализ для решения задач профессиональной деятельности	особенности PR-кампаний для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических объединений	классифицировать PR-кампании, выявлять место и роль кампаний в системе PR-деятельности организации	навыками медиапланирования, создания информационных поводов и PR-обращений
2.	ПК-19	Способность владеть базовыми навыками прикладного анализа международных ситуаций	специфику PR как коммуникативной управленческой деятельности; основные этапы кампании по связям с общественностью	оценить эффективность PR-кампаний и PR-акций; составить бюджет и отчет PR-кампании	навыками проведения PR-кампании в условиях ограниченных ресурсов; организации специальных событий

## 2. Структура и содержание дисциплины.

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач. ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы	Всего	Семестры
--------------------	-------	----------

	часов	(часы)			
		8	-	-	-
<b>Контактная работа, в том числе:</b>			-	-	-
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	-	-	-
Занятия лекционного типа	14	14	-	-	-
Лабораторные занятия	-	-	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	-	-	-	-	-
<b>Иная контактная работа:</b>					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-			
Промежуточная аттестация (ИКР)	-	-			
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>	<b>58</b>	<b>58</b>			
Реферат	58	58	-	-	-
<b>Контроль:</b>	-	-			
Подготовка к экзамену	-	-			
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>час.</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	-	-
	<b>в том числе контактная работа</b>	<b>14</b>	<b>14</b>		
	<b>зач. ед</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		

## 2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретические основы проведения PR-кампании	34	6			28
2.	Практическая реализация PR-кампании	38	8			30
	<i>Итого по дисциплине:</i>	72	14			58

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

## 2.3 Содержание разделов дисциплины:

### 2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Теоретические основы проведения PR-кампании	Особенности PR-кампаний для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических объединений. PR как коммуникативная управленческая деятельность. Основные этапы кампании по связям с общественностью. Место и роль кампаний в системе PR-деятельности организации и ее коммуникационной политике. Классификация PR-кампаний. Организационные основы проведения кампаний по связям	Р

		общественностью.	
2.	Практическая реализация PR-кампании	Кампании по связям с общественностью: этап планирования. Медиапланирование. Проблема составления бюджета PR-кампании. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема организации специальных событий. Создание информационных поводов. PR-обращения. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема коммуникации. Проведение PR-кампании в условиях ограниченных ресурсов. Реализация PR-кампании: учет и контроль. Заключительный этап кампании по связям с общественностью. Проблема оценки эффективности PR-кампаний и PR-акций. Ответность в PR-кампании.	Р

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

**2.3.2 Занятия семинарского типа** – не предусмотрены.

**2.3.3 Лабораторные занятия** – не предусмотрены.

**2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)** – не предусмотрены.

**2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Написание реферата	Методические рекомендации по написанию рефератов, утвержденные кафедрой всеобщей истории и международных отношений, протокол № от г.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

**3. Образовательные технологии.**

**Проблемная лекция.** Проблемная лекция начинается с вопросов, с постановки проблемы, которую в ходе изложения материала необходимо решить. При этом выдвигаемая проблема требует не однотипного решения, готовой схемы которого нет. Данный тип лекции строится таким образом, что деятельность студента по усвоению материала приближалась к поисковой, исследовательской. На подобных лекциях обязательен диалог преподавателя и студентов.

**Лекция-визуализация** учит студента преобразовывать устную и письменную информацию в визуальную форму, выделяя при этом наиболее значимые и существенные элементы. На лекции используются схемы, рисунки, презентации и т.п., к подготовке которых привлекаются обучающиеся. Проведение лекции сводится к связному развернутому комментированию преподавателем подготовленных наглядных пособий.

**Лекция – пресс-конференция.** Преподаватель объявляет тему лекции и просит студентов письменно задавать ему вопросы по данной теме. Студент обязан сформулировать вопросы в течение 5 минут. Далее преподаватель сортирует поступившие записки и читает лекцию в форме связного раскрытия темы, в процессе которого формулируются ответы на заданные вопросы. В конце лекции преподаватель проводит итоговую оценку вопросов, выявляя знания и интересы обучающихся.

**Лекция-консультация,** при которой до 50% времени отводится для ответов на вопросы студентов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

#### **4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

##### **4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.**

Темы рефератов для раздела «Теоретические основы проведения PR-кампаний»: Особенности PR-кампаний в маркетинге, государственном управлении и некоммерческом секторе.

PR как коммуникативная управленческая деятельность.

Этапы кампании по связям с общественностью.

Информационные кампании в системе PR-деятельности организации.

Коммуникационная политика организации.

Основные типы PR-кампаний.

Организационные основы проведения кампаний по связям с общественностью.

Темы рефератов для раздела «Практическая реализация PR-кампаний»:

Особенности планирования кампаний по связям с общественностью.

Медиапланирование: содержательная характеристика.

Бюджет PR-кампании: специфика и алгоритм составления.

Организация специальных событий в рамках PR-кампаний.

Создание информационных поводов.

PR-обращения: прикладные аспекты.

Коммуникация в рамках реализации кампании по связям с общественностью.

Проведение PR-кампании в условиях ограниченных ресурсов.

Заключительный этап кампании по связям с общественностью.

Методики оценки эффективности PR-кампаний.

Отчетность в PR-кампании.

##### **4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.**

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме подготовки эссе.

Примерные темы эссе по дисциплине «Организация и проведение пиар-кампаний»:

1. Особенности PR-кампаний для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических объединений.
2. PR как коммуникативная управленческая деятельность.

3. Основные этапы кампании по связям с общественностью.
4. Место и роль кампаний в системе PR-деятельности организации и ее коммуникационной политике.
5. Классификация PR-кампаний.
6. Организационные основы проведения кампаний по связям с общественностью.
7. Кампании по связям с общественностью: этап планирования.
8. Медиапланирование.
9. Проблема составления бюджета PR-кампании.
10. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема организации специальных событий.
11. Создание информационных поводов.
12. PR-обращения.
13. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема коммуникации.
14. Проведение PR-кампании в условиях ограниченных ресурсов.
15. Реализация PR-кампании: учет и контроль.
16. Заключительный этап кампании по связям с общественностью.
17. Проблема оценки эффективности PR-кампаний и PR-акций.
18. Отчетность в PR-кампании.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

## **5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).**

### **5.1 Основная литература:**

1. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2016. <https://www.biblio-online.ru/book/508EE4F6-D4F7-4C9D-8CA9-364D7AC1D2F8>

2. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью [Текст]: учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов. М.: Юрайт, 2016.

3. Интегрированные коммуникации [Текст]: учебник для студентов учреждений высшего образования / под ред. О. В. Сагиновой. М.: Академия, 2014.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечной системе «Юрайт».

#### **5.2 Дополнительная литература:**

1. Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации [Текст]: учебник для студентов вузов / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. 2-е изд., перераб. М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2016.

2. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов [Текст]: учебник для студентов вузов / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2016.

#### **5.3 Периодические издания:**

1. Коммуникология.
2. Социологические исследования.
3. Общественные науки и современность.

#### **6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

1. Электронный каталог библиотеки КубГУ - <http://www.kubsu.ru/node/>
2. Периодические издания по общественным и гуманитарным наукам - <http://dlib.eastview.com>

#### **7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).**

Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем-лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения с использованием интерактивных образовательных технологий (проблемная лекция, лекция-визуализация, лекция – пресс-конференция).

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности студентов по овладению программным материалом учебной дисциплины. Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с актуальными научными достижениями, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде.

Задачи лекции заключаются в обеспечении формирования системы знаний по учебной дисциплине, в умении аргументировано излагать материал, в формировании профессионального кругозора и общей культуры, в отражении еще не получивших освещения в учебной литературе достижений науки, в оптимизации других форм организации учебного процесса.

Методические рекомендации по написанию реферата.

Реферат - письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца).

В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

Структура реферата:

Титульный лист.

После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае, когда цитируется или используется чья-либо оригинальная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблица - обязательна ссылка на автора.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнута ли цель, сформулированная во введении.

Приложение может включать графики, таблицы, расчеты.

Библиография (список литературы): здесь указывается реально использованная для написания реферата литература. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата.

Объем реферата - 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа формата А4. По обеим сторонам необходимы поля размером 30 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14 кегль, межстрочный интервал - 1,5. Все листы реферата (кроме титульного) должны быть пронумерованы.

Методические рекомендации для написания эссе.

Основная цель эссе – представить собственные мысли и идеи по заданной теме. Необходимо обратить внимание студентов на следующее:

1. Работа должна представлять собой изложение в образной форме личных впечатлений, взглядов и представлений, подкрепленных аргументами и доводами.

2. Содержание эссе должно соответствовать заданной теме.

3. В эссе должно быть отражено следующее:

- Отправная идея, проблема, связанная с конкретной темой.
- Аргументированное изложение нескольких основных тезисов.
- Вывод.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

## **8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).**

### **8.1 Перечень информационных технологий.**

Не предусмотрено.

### **8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.**

OS Windows. MS Office.

### **8.3 Перечень информационных справочных систем:**

Не предусмотрено.

## **9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ОС Windows. MS Office).
2.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ОС Windows. MS Office).
3.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.