

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

### Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью и рекламе

Программа бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Кафедра связей с общественностью

Заочная форма обучения 5 семестр

<u>Базовый модуль</u>					
№ занятия	Посещаемость /балл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов min/ max	Накопительная «стоимость»/ балл	Кол-во часов самостоятельной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
1.	1	<b>Лекция 1.</b> Понятие, существенные черты и специфика рекламных и PR-кампаний. Общее и особенное в проведении рекламных и PR-кампаний: сравнительный анализ. Классификация рекламных и PR-кампаний.	1	1	9
2.		<b>Лекция 2.</b> Структура и алгоритм осуществления рекламных и PR-кампаний. Специфика управления проектами в области связей с общественностью и рекламы. <b>1-ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ:</b> письменная работа	5/15	16	9
3.	1	<b>Лекция 3.</b> Разработка идеи-концепции проекта кампании. Определение целей и задач. Выделение целевой аудитории.	1	17	9
4.	1	<b>Семинар 1.</b> Вопросы планирования, составление плана-графика реализации проекта кампании по рекламе и PR. Медиапланирование рекламных и PR-кампаний.	1	18	9
<b>1 Рубежный контроль</b> контрольная работа			5/20	38	20
5.	1	<b>Семинар 2.</b> Порядок расчета и формирования бюджета проекта, разработки сметы рекламных и PR-кампаний. Определение функциональных обязанностей сотрудников по реализации проекта	1	39	9

6.		<b>Семинар 3.</b> Вопросы управления процессом реализации рекламных и PR-кампаний. Преимущества и недостатки основных средств коммуникации при проведении рекламных и PR-кампаний. <b>2-ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ:</b> case-study – решение кейсов	5/15	54	9
.7.	1	<b>Семинар 4.</b> Создание информационных поводов. Технология создания специального события и проблемы при его организации.	1	55	9
8.		<b>Семинар 5.</b> Проведение рекламных и PR-кампаний в условиях ограниченных ресурсов. Презентация проекта кампании. Оперативный контроль и корректировка текущих проектов рекламных и PR-кампаний. <b>3-ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ:</b> презентация проекта кампании	5/15	70	9
<b>Промежуточный контроль (ЭКЗАМЕН) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей</b>			<b>22/30</b>	<b>100</b>	<b>36</b>
<b>Итоговая сумма баллов за семестр</b>			<b>50/100</b>	<b>100</b>	<b>128</b>
<b>Дополнительный модуль</b> Зачная форма, семестр 5					
<b>№ п.п.</b>	<b>Сроки проведения</b>	<b>Виды деятельности</b>	<b>Количество баллов</b>		
1.	по расписанию преподавателя	Понятие, сущностные черты и специфика рекламных и PR-кампаний. Общее и особенное в проведении рекламных и PR-кампаний: сравнительный анализ. Классификация рекламных и PR-кампаний.	10		
2.	по расписанию преподавателя	Структура и алгоритм осуществления рекламных и PR-кампаний. Специфика управления проектами в области связей с общественностью и рекламы.	10		
3.	по расписанию преподавателя	Вопросы планирования, составление плана-графика реализации проекта кампании по рекламе и PR. Медиапланирование рекламных и PR-кампаний. Порядок расчета и формирования бюджета проекта, разработки сметы рекламных и PR-кампаний. связей с общественностью и рекламы.	10		
4.	по расписанию преподавателя	Основные направления и методы исследования (формальные, неформальные). Источники информации. Презентация результатов исследования.	10		

5.	по расписанию преподавателя	Создание информационных поводов. Технология создания специального события и проблемы при его организации. Преимущества и недостатки основных средств коммуникации при проведении рекламных и PR-кампаний.	10
<b>Итого</b>			<b>50</b>