

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 25.06.2026 13:59:39
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Сургутский университет высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

11 июня 2025г., протокол УМС №5

МОДУЛЬ ДИСЦИПЛИН ПРОФИЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Психологии**
Учебный план b420301-ССО-25-4.plx
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация **Бакалавр**
Форма обучения **очная**
Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 144
в том числе:
аудиторные занятия 32
самостоятельная работа 76
часов на контроль 36
Виды контроля в семестрах:
экзамены 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	9 4/6			
Неделя	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	76	76	76	76
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

к. психол. н., Доцент, Плеханова Н.П.; Стар. преподаватель, Филиппова А.Р.; Стар. преподаватель, Ганеева Л.Д.

Рабочая программа дисциплины

Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 11.06.2025 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой Родермель Т.А., к.п.н., доцент

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	сформировать систему теоретических знаний и практических навыков по разработке и управлению проектами в области профессиональной деятельности в коммерческой сфере жизнедеятельности общества: умения и навыки осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии и использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.01
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Консалтинг в связях с общественностью
2.1.2	Медиапланирование
2.1.3	Пресс-служба
2.1.4	Реклама и связи с общественностью в политике, государственных структурах и бизнесе
2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Производственная практика, преддипломная практика
2.2.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

ПК-3.1: Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:	
3.1.1	- определение рекламы и связей с общественностью и их роль в разных сферах деятельности; основные технологии связей с общественностью;
3.1.2	- основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;
3.1.3	- принципы применения основных PR-технологий в разных сферах деятельности;
3.1.4	- сущность и типологию кампаний в сфере связей с общественностью, основные элементы планирования и этапы реализации PR-кампаний;
3.1.5	- виды и методы исследований в целях проведения PR-кампаний;
3.1.6	- формы, этапы кампаний и мероприятий; задачи, которые необходимо решить для успешного проведения коммуникационных кампаний и реализации коммуникативных стратегий;
3.1.7	- основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;
3.2 Уметь:	
3.2.1	- использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;
3.2.2	- владеть коммуникативными приемами современных информационных технологий;
3.2.3	- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в разных сферах деятельности;
3.2.4	- предпринимать необходимые действия при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
3.2.5	- осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия в разных сферах деятельности;
3.2.6	- выбирать оптимальные средства и методы рекламирования и продвижения в разных сферах деятельности;
3.2.7	- планировать и реализовывать рекламную и PR-кампанию, оценивать эффективность рекламных и PR-мероприятий;
3.2.8	- разрабатывать тактическое планирование мероприятий по достижению рекламных и PR-целей,

3.2.9	- формулировать определение и содержание проектов в PR-сфере;
3.2.10	- разрабатывать «сценографию» информационных поводов;

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Основы проектирования PR -кампаний					
1.1	Основные понятия и классификация PR -кампаний. Основы проектирования PR- кампаний /Лек/	8	4	ПК-3.1 ПК-1.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Л3.5 Л3.6 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
1.2	Основные понятия и классификация PR -кампаний. Основы проектирования PR- кампаний /Пр/	8	2	ПК-3.1 ПК-1.2	Л2.1 Л2.2Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
1.3	Основные понятия и классификация PR -кампаний. Основы проектирования PR- кампаний /Ср/	8	16	ПК-3.1 ПК-1.2	Л2.1 Л2.2Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 2. Анализ ситуации и постановка целей PR-кампании					
2.1	Анализ ситуации и постановка целей PR-кампании. Изучение целевой аудитории /Лек/	8	4	ПК-3.1 ПК-1.2	Л2.1 Л2.2Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
2.2	Анализ ситуации и постановка целей PR-кампании. Изучение целевой аудитории /Пр/	8	5	ПК-3.1 ПК-1.2	Л2.1 Л2.2Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
2.3	Анализ ситуации и постановка целей PR-кампании. Изучение целевой аудитории /Ср/	8	20	ПК-3.1 ПК-1.2	Л2.1 Л2.2Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 3. Стратегическое и тактическое планирование PR-кампании					
3.1	Стратегическое и тактическое планирование PR-кампании. Виды и специфика мероприятий в режиме PR-кампании /Лек/	8	4	ПК-3.1 ПК-1.2	Л2.1Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
3.2	Стратегическое и тактическое планирование PR-кампании. Виды и специфика мероприятий в режиме PR-кампании /Пр/	8	4	ПК-3.1 ПК-1.2	Л2.1 Л2.2Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
3.3	Стратегическое и тактическое планирование PR-кампании. Виды и специфика мероприятий в режиме PR-кампании /Ср/	8	20	ПК-3.1 ПК-1.2	Л2.1 Л2.2Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 4. Особенности ресурсного планирования и бюджетирования PR- кампаний					

4.1	Особенности ресурсного планирования и бюджетирования PR-кампаний. Оценка эффективности проекта PR-кампании и перспективы его развития /Лек/	8	4	ПК-3.1 ПК-1.2	Л2.1 Л2.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
4.2	Особенности ресурсного планирования и бюджетирования PR-кампаний. Оценка эффективности проекта PR-кампании и перспективы его развития /Пр/	8	5	ПК-3.1 ПК-1.2	Л2.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6	
4.3	Особенности ресурсного планирования и бюджетирования PR-кампаний. Оценка эффективности проекта PR-кампании и перспективы его развития /Ср/	8	20	ПК-3.1 ПК-1.2	Л2.1 Л2.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
4.4	/Контр. раб./	8	0			
4.5	/Экзамен/	8	36			

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Борщевский Г. А.	Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
Л1.2	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
Л1.3	Антипов К. В.	Основы рекламы: Учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020, электронный ресурс	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.4	Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К.	Основы рекламы: Учебник	Москва: Издательско- торговая корпорация "Дашков и К", 2020, электронный ресурс	1
Л1.5	Васильева М. М., Жеглова Ю. Г., Юдина Е. Ю., Шаркова И. В.	Основы рекламы и связей с общественностью: учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2024, электронный ресурс	1
Л1.6	Васильева М. М., Жеглова Ю. Г., Юдина Е. Ю., Шаркова И. В.	Основы рекламы и связей с общественностью: учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2025, электронный ресурс	1
Л1.7	Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г., Ольхова Л. А.	Основы рекламы: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2025, электронный ресурс	1
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Забурдаева Е. В.	Политическая кампания. Стратегии и технологии: Учебник	Москва: Аспект Пресс, 2012, электронный ресурс	1
Л2.2	Чумиков А. Н.	Связи с общественностью. Практикум: Учебное пособие	Москва: ❖? здательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
Л2.3	Кольшикина Т. Б., Шустина И. В., Маркова Е. В.	Основы рекламы: реклама в местах продаж: Учебное пособие Для СПО	Москва: Юрайт, 2020, электронный ресурс	1
Л2.4	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Основы рекламы: Учебник и практикум Для СПО	Москва: Юрайт, 2020, электронный ресурс	1
Л2.5	Чилингир, Е. Ю.	Реклама и связи с общественностью: введение в профессию: учебное пособие	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020, электронный ресурс	1
Л2.6	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Основы рекламы: Учебник и практикум Для СПО	Москва: Юрайт, 2022, электронный ресурс	1
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛЗ.1	Фадеева Е. Н., Сафронов А. В., Красильникова М. А.	Связи с общественностью: Учебник и практикум	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
ЛЗ.2	Ачкасова В. А., Быков И. А., Дорский А. Ю., Дунаева Ю. Г., Побединский И. М., Рущин Д. А., Филатова О. Г., Борисова О. В., Трохинова О. И., Кузьмин А. Е., Журавлева Н. Н., Гладченко И. А., Гультияева В. Ю.	Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
ЛЗ.3	Мамкина Т. М., Плеханова Н. П., Ганеева Л. Д.	Подготовка социальных проектов, курсовых и дипломных работ по программе бакалавриата "Реклама и связи с общественностью": учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2018	30
ЛЗ.4	Борщевский Г. А.	Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2020, электронный ресурс	1
ЛЗ.5	Ачкасова В. А., Быков И. А., Дорский А. Ю., Дунаева Ю. Г., Побединский И. М., Рущин Д. А., Филатова О. Г., Борисова О. В., Трохинова О. И., Кузьмин А. Е., Журавлева Н. Н., Гладченко И. А., Гультияева В. Ю.	Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2022, электронный ресурс	1
ЛЗ.6	Маслова И. Н.	Тесты по дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта»: практикум	Воронеж: ВГИФК, 2018, электронный ресурс	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Международный пресс-клуб http://pr-club.com/
Э2	«Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественность http://www.press-service.ru
Э3	РАСО. Российская ассоциация по связям с общественностью http://www.raso.ru/
Э4	Сайт о социальной рекламе http://www.1soc.ru/
Э5	Советник. Популярный сайт о PR www.sovetnik.ru
Э6	Федеральный закон «О рекламе». Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» http://www.consultant.ru/popular/advert/

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office
---------	--

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования - компьютер, проектор, проекционный экран, компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду. Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации.
-----	---