

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
Должность: ректор  
Дата подписания: 01.07.2025 11:42:27  
Уникальный программный ключ:  
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

**Бюджетное учреждение 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<br>(<Курс>.<Семестр на<br>курсе>) | 8 (4.2) |     | Итого |     |
|-------------------------------------------|---------|-----|-------|-----|
| Неделя                                    | 9 4/6   |     |       |     |
| Вид занятий                               | 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                                                                                                      |
| <b>2.1</b>         | <b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>                                                 |
| 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                           |
| <b>2.2</b>         | <b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b> |
| 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**

|            |                                                                                                                                                                     |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>3.1</b> | <b>Знать:</b>                                                                                                                                                       |
| 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;                                                   |
| <b>3.2</b> | <b>Уметь:</b>                                                                                                                                                       |
| 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 |
|                                               | <b>Раздел 1. Основы проектирования PR -кампаний</b>                                                            |                |       |               |                                                                                                                                              |            |
| 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<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5 Л1.6<br>Л1.7Л2.1 Л2.2<br>Л2.3 Л2.4<br>Л2.5 Л2.6Л3.1<br>Л3.2 Л3.3<br>Л3.4 Л3.5<br>Л3.6<br>Э1 Э2 Э3 Э4<br>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<br>Э1 Э2 Э3 Э4<br>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<br>Э1 Э2 Э3 Э4<br>Э5 Э6                                                                                                        |            |
|                                               | <b>Раздел 2. Анализ ситуации и постановка целей PR-кампании</b>                                                |                |       |               |                                                                                                                                              |            |
| 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<br>Э1 Э2 Э3 Э4<br>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<br>Э1 Э2 Э3 Э4<br>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<br>Э1 Э2 Э3 Э4<br>Э5 Э6                                                                                                        |            |
|                                               | <b>Раздел 3. Стратегическое и тактическое планирование PR-кампании</b>                                         |                |       |               |                                                                                                                                              |            |
| 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<br>Э1 Э2 Э3 Э4<br>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<br>Э1 Э2 Э3 Э4<br>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<br>Э1 Э2 Э3 Э4<br>Э5 Э6                                                                                                        |            |
|                                               | <b>Раздел 4. Особенности ресурсного планирования и бюджетирования PR- кампаний</b>                             |                |       |               |                                                                                                                                              |            |

|     |                                                                                                                                             |   |    |               |                                       |  |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|---------------|---------------------------------------|--|
| 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 Л2.2Л3.3<br>Э1 Э2 Э3 Э4<br>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 | Л2.1Л3.3<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>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 Л2.2Л3.3<br>Э1 Э2 Э3 Э4<br>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:<br>Издательство<br>Юрайт, 2019,<br>электронный<br>ресурс                                  | 1        |
| Л1.2 | Синяева И. М.,<br>Жильцова О. Н.,<br>Жильцов Д. А. | Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров     | Москва:<br>Издательство<br>Юрайт, 2019,<br>электронный<br>ресурс                                  | 1        |
| Л1.3 | Антипов К. В.                                      | Основы рекламы: Учебник                                       | Москва:<br>Издательско-<br>торговая<br>корпорация<br>"Дашков и К",<br>2020, электронный<br>ресурс | 1        |

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

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

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

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

## 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» - <a href="http://www.consultant.ru/">www.consultant.ru/</a> |
| 6.3.2.2 | СПС «Гарант» - <a href="http://www.garant.ru/">www.garant.ru/</a>                  |

## 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. |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|