

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ  
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций  
им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»

Кафедра Социально-политических наук

**ДИСЦИПЛИНА**

**Организация и проведение коммуникационной кампании**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

**ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ ПРИ ПОДГОТОВКЕ  
К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очное
Составитель:	д.ф.н., проф. Корнев В.В.

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры СПН  
(протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_)

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ (Чернов С.А.)

## **Содержание:**

1. Введение
2. Список литературы
3. Интернет-ресурсы
4. Темы практических занятий
5. Указания по самостоятельной работе при подготовке к практическим занятиям

## 1. Введение

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов при подготовке к практическим занятиям по дисциплине «Организация и проведение коммуникационной кампании» составлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», 42.04.01 (уровень бакалавриата), и в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование таких компетенций, как:

общекультурных:

способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);

умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

профессиональных:

владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);

Для выполнения задания необходимо изучить рекомендованную или самостоятельно подобранную к теме литературу и интернет-ресурсы. Затем осмыслить и извлечь из нее фактический и оценочный материал, распределить по пунктам принятого плана и представить в виде презентации.

Оценка выполненного задания строится на основе учета:

- понимания изученной темы;
- полноты ее раскрытия;
- знания научной литературы;
- ясного, логичного и аргументированного изложения.

## 2. Список литературы

а) основная литература:

Китчен Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика [Электронный ресурс] : Учебное пособие для вузов / Китчен Ф., 2015. - 455 с.

Васильева, Л. А. Реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Васильева Л. А. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 102 с. - Б. ц.

б) дополнительная литература:

Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Чумиков А. Н., 2012. - 159 с.

Связи с общественностью как социальная инженерия [Текст] : учебное пособие / В. А. Ачкасова [и др.] ; ред.: В. А. Ачкасова, Л. В. Володина ; рец.: А. П. Баранников, С. А. Лосев, 2005. - 336 с.

Интернет-технологии в связях с общественностью [Текст] : учеб. пособие / И. А. Быков [и др.] ; отв. ред.: И. А. Быков, О. Г. Филатова ; рец.: В. А. Ачкасова, В. Н. Гаркуша, 2010. - 275 с.

### **Интернет-ресурсы**

PR в России: всероссийский научно-популярный журнал: <http://rupr.ru/>

Библиотека Алеевой: журналистика, реклама, PR <http://www.eartist.narod.ru/journ.htm>

PR-технологии, теория маркетинга и услуг: <http://marketingist.ru>

### **4. Темы практических занятий**

Тема 1. Специфика и типология коммуникационных кампаний.

Тема 2. Структура и этапы коммуникационных кампаний.

Тема 3. Критерии результативности коммуникационных кампаний.

### **5. Указания по самостоятельной работе при подготовке к практическим занятиям**

**Тема 1.** Специфика и типология коммуникационных кампаний.

#### ***План***

1. Виды современных коммуникаций.
2. Специфика коммуникационных кампаний в сфере PR и рекламы.

Отвечая на первый вопрос изучаемой темы, рассмотрите основные определения коммуникации и коммуникационной кампании. Каковы основные особенности современных коммуникаций? Каковы параметры классификации коммуникационных кампаний? Составьте опорный конспект.<sup>1</sup>

Переходя ко второму вопросу темы, обратите внимание на характеристики коммуникационных кампаний в современных медиа. Каковы инструменты и возможности таких коммуникационных кампаний? Составьте опорный конспект.

---

<sup>1</sup> Опорный конспект – развернутый детализированный план. Основу составления опорного конспекта составляет анализ самостоятельно найденных данных по вопросу занятия. Опорный конспект включает только основные положения рассматриваемого сюжета, иллюстрации, схемы, таблицы, показывающие логические взаимосвязи выделенных задач.

## **Тема 2.** Структура и этапы коммуникационных кампаний.

### *План*

1. Цели, функции, задачи коммуникационных кампаний.
2. Тактика и стратегия коммуникационных кампаний.

Изучая проблематику первого вопроса, рассмотрите основные этапы в проведении коммуникационных кампаний. Каковы технологии работы с медиа и особенности обратной связи? Составьте опорный конспект.

Во втором вопросе рассматриваемой темы, обратите внимание на методы расчета эффективности коммуникационных кампаний. Как обеспечить контроль, корректировку, и изменение плана в осуществлении коммуникационных кампаний? Составьте опорный конспект.

## **Тема 3.** Критерии результативности коммуникационных кампаний.

### *План*

1. Типовые проблемы и возможные перспективы коммуникационных кампаний.
2. Методы оценки результативности коммуникационных кампаний.

Как выглядит процедура подведения итогов коммуникационных кампаний? Составьте опорный конспект.

Каковы особенности продвижения коммуникационных проектов в Интернете и социальных сетях? Как оценить работу проектной команды? Составьте опорный конспект.