

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

Кафедра Социально-политических наук  
(полное наименование кафедры)

**Методические указания по самостоятельной работе**

Теория и практика коммуникационной кампании в коммерческой сфере  

---

**(наименование дисциплины)**

основная профессиональная образовательная программа:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки /специальности/)

квалификация магистр

профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Санкт-Петербург

## 1. Цель дисциплины

Цель курса состоит в том, чтобы рассмотреть основные теоретические и практические концепции в области организации и проведения коммуникационных кампаний; рассмотреть коммуникационную кампанию как систему, обладающую актуальностью в контексте современной жизни; определить специфику содержания этапов планирования коммуникационной кампании в бизнесе, стратегии и тактики ее проведения.

Задачи дисциплины:

- дать теоретические основы планирования, организации и проведения коммуникационной кампании;
- сформировать навыки анализа нефинансовых отчетов компаний с целью выявления особенностей и направлений коммуникационных кампаний;
- сформировать навыки оценки результатов коммуникационных кампаний.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Теория и практика коммуникационной кампании в коммерческой сфере» принадлежит базовой части в учебном плане направления подготовки 42.04.01.

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;
- способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать знания и умения в практической деятельности, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности;
- способностью осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий;

В результате изучения дисциплины студент должен:

**знать:**

- основы организации и планирования деятельности по связям с общественностью, механизмы реализации коммуникационных программ и мероприятий;
- инструменты контроля коммуникационных программ и мероприятий, правила создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;

**уметь:**

- планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия, реализовывать на практике коммуникационные программы и мероприятия;

**владеть:**

- навыками планирования коммуникационных кампаний, техниками реализации коммуникационных кампаний и мероприятий на практике;

## 4. Содержание дисциплины

### 4.1. Содержание разделов дисциплины.

Таблица 1

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Предмет, объект и	Коммуникационная кампания: определение цели и

	методы курса.	функции
2	Общая схема коммуникационной кампании	Модель коммуникационной кампании. Основные этапы коммуникационной кампании: исследование, планирование, подготовка, проведение, анализ результатов.
3	Типы коммуникационных кампаний	Типы коммуникационных кампаний: социальные, корпоративные, внутрикорпоративные, взаимодействия с органами государственной власти, партнерами, в области прав человека и трудовых отношений, в сфере экологии.
4	Коммуникационные кампании социального характера	Коммуникационная кампания социального характера как инструмент корпоративной социальной ответственности бизнеса.
5	Социальная ответственность коммерческих организаций	Модели и принципы КСО. Концепции стейкхолдеров. Социальное партнерство. Корпоративный имидж и деловая репутация.
6	Социальная ответственность организации в области прав человека и трудовой практики	Организационная и корпоративная культура. Характеристики и принципы социальной ответственности организации. Социальные программы в стратегии развития компании.
7	Коммуникационные кампании в сфере внешней КСО	Внешняя среда организации. Взаимодействие с властью, бизнес - структурами.
8	Социальная ответственность организации по отношению к окружающей среде и местному сообществу	Международные стандарты в сфере экологии. Действия компании по отношению к окружающей среде и местному сообществу.
9	Социальные программы, инвестиции и социальная отчетность организации	Спонсорская и благотворительная деятельность. Структура и содержание стандарта ИСО 26000:2010 .
10	Эффективность коммуникационной кампании и методы ее оценки. Рейтинги социальной ответственности	Этические принципы и нормы. Подготовка социальных отчетов. Мотивация социальной ответственности

## 5. Практические занятия (семинары)

*Очная форма обучения*

Таблица 2

№ п/п	№ раздела	Наименование практических занятий (семинаров)	Всего часов
-------	-----------	---	-------------

	(темы)		
1.	Тема 1.	Предмет, объект и методы курса	2
2.	Тема 2.	Общая схема коммуникационной кампании	2
3	Тема 3.	Типы коммуникационных кампаний	2
4	Тема 4.	Коммуникационные кампании социального характера	2
5	Тема 5.	Социальная ответственность коммерческих организаций	2
6	Тема 6.	Социальная ответственность организации в области прав человека и трудовой практики	2
7	Тема 7.	Коммуникационные кампании в сфере внешней КСО	2
8	Тема 8.	Социальная ответственность организации по отношению к окружающей среде и местному сообществу	2
9	Тема 9.	Социальные программы, инвестиции и социальная отчетность организации	2
10	Тема 10.	Эффективность коммуникационной кампании и методы ее оценки. Рейтинги социальной ответственности	2

## 6. Самостоятельная работа

*Очная форма обучения*

Таблица 3

№ раздела дисциплины	Содержание СРС	Форма контроля	Всего часов
1 - 10	Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе), анализ нефинансовых отчетов компаний, подготовка презентации, написание курсовой работы	Ответ на семинаре	58
	Подготовка к экзамену	экзамен, курсовая работа	

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

*а) основная литература:*

1. Корпоративная социальная ответственность [Текст] : практикум / О. К. Карпухина ; рец. Д. В. Шутман ; Федер. агентство связи, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича». - СПб. : СПбГУТ, 2016. - 62 с. : ил.
2. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров / Э.М. Коротков, О.А. Александрова, С.А. Антонов [и др.]; под ред. Э.М. Короткова. – М.: Издательство Юрайт, 2012.
3. Тульчинский, Г. Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности: учеб. пособие [Текст] /Г. Л. Тульчинский ; Санкт-Петербургский филиал Нац. исслед. ун-та «Высшая школа

экономики». – СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ –Санкт-Петербург, 2012. – 236 с.

в) программное обеспечение:

*Интернет-версии СМИ и библиотеки:*

Электронная библиотека НТБ СПб ГУТ - <http://lib.sut.ru/>

## **8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины**

Дисциплина «Теория и практика коммуникационной кампании в коммерческой сфере» изучается в седьмом семестре. Эта дисциплина имеет определенную логическую завершенность по отношению к установленным целям и результатам обучения.

При изучении дисциплины используется рейтинговая технология обучения, которая позволяет реализовать непрерывную и комплексную систему оценивания учебных достижений студентов. Рейтинг включает в себя два вида контроля: текущий, промежуточный и итоговый по дисциплине.

**Текущий контроль (ТК)** - основная часть рейтинговой системы, основанная на беглом опросе раз в неделю или в две недели. Формы: тестовые оценки в ходе практических занятий, оценки за выполнение индивидуальных заданий и лабораторных работ. Важнейшей формой ТК, позволяющей опросить всех студентов на одном занятии являются короткие тесты из 2-3 тестовых заданий.

Основная цель ТК: своевременная оценка успеваемости студентов, побуждающая их работать равномерно, исключая малые загрузки или перегрузки в течение семестра.

Лекционные занятия желательно проводить в режиме презентаций с демонстрацией применения основных методов анализа и синтеза вопросов. Это существенно улучшает динамику лекций.

Основное время лекции лучше тратить на подробные аналитические комментарии и особенности применения рассматриваемого материала в профессиональной деятельности студента.

Семинарские занятия следует проводить в аудитории с мультимедийным оборудованием, используя оригинальную методику и профессиональные программы. Можно рекомендовать студентам выполнять ряд задач дома в форме электронных презентаций. В этом случае в классе основное внимание концентрируется на анализе полученных результатов.

**Промежуточный контроль (ПК)** - это проверка знаний студентов по разделу программы. Формы: тест из 7–10 заданий. Цель ПК: побудить студентов отчитаться за усвоение раздела дисциплины накопительным образом, т.е. сначала за первый, затем за второй, затем за третий разделы каждого семестра. В конечном итоге многие студенты могут получить итоговые оценки по дисциплине “автоматом”.

**Итоговый контроль** по дисциплине (ИКД) - это проверка уровня учебных достижений студентов по всей дисциплине за семестр. Формы контроля: зачет в первом семестре в виде многовариантного теста достаточной длины (25–30 заданий). Цель итогового контроля: проверка базовых знаний дисциплины, полученных при изучении модуля, достаточных для последующего обучения.

Распределение объемов различного вида контролей можно проиллюстрировать следующими цифрами на примере семестра: текущий контроль – 40 условных баллов; промежуточный контроль - 30 условных баллов; итоговый контроль - 30 условных баллов. Вся дисциплина оценивается в 100 условных баллов, если вся дисциплина оценивается цифрой, отличной от 100 баллов, то под условным баллом следует понимать процент от максимального числа баллов.

При этом действует следующая система перевода рейтинговых (условных) баллов в обычную шкалу качественных оценок: «Отлично» (5) - 90–100 условных баллов; «Хорошо» (4) - 80–89 условных баллов; «Удовлетворительно» (3) - 60–79 условных баллов; «Неудовлетворительно» (2) - < 60 условных баллов.

Приведенные цифры говорят о том, что на любой стадии обучение студента можно считать удовлетворительным и получившим «зачет», если он набирает не менее 60 условных баллов.

### **Критерии выставления оценки по дисциплине**

Знания, умения, навыки студента на экзамене оцениваются с оценками: *«отлично»* – 5, *«хорошо»* – 4, *«удовлетворительно»* – 3 и *«неудовлетворительно»* – 2. Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами учебного материала, предусмотренного рабочей программой учебной дисциплины.

<b>Оценка</b>	<b>Требования к знаниям</b>
<i>отлично</i>	Оценка «отлично» выставляется при: <ul style="list-style-type: none"> <li>- прочном и глубоком усвоении программного материала;</li> <li>- его чётком и логичном изложении;</li> <li>- умении тесно увязывать теорию с примерами из практики;</li> <li>- использовании при ответе данных дополнительной литературы;</li> <li>- умении правильно обосновать свой вывод.</li> </ul>
<i>хорошо</i>	Оценка «хорошо» выставляется при: <ul style="list-style-type: none"> <li>- твёрдом знании материала и его грамотном изложении;</li> <li>- отсутствии существенных неточностей в ответе;</li> <li>- правильном применении теоретических положений при решении практических вопросов и задач;</li> <li>- допущении ошибок (неточностей), которые студент способен исправить сам.</li> </ul>
<i>удовлетворительно</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется при: <ul style="list-style-type: none"> <li>- знании только основного материала и слабом усвоении его деталей;</li> <li>- допущении неточностей (ошибок), которые студент может исправить при помощи преподавателя;</li> <li>- нарушении логической последовательности в изложении программного материала,</li> <li>- затруднениях при выполнении контрольных (курсовых) работ.</li> </ul>
<i>неудовлетворительно</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется при: <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнании значительной части программного материала;</li> <li>- допущении существенных ошибок, неуверенности в изложении материала.</li> </ul> <p>Оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий и отработок по соответствующей дисциплине.</p>

