



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования

КГЭУ

«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

АКТУАЛИЗИРОВАНО
Решением Ученого совета ИЦТЭ КГЭУ
Протокол №7 от 19.03.2024

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института Цифровых технологий и
экономики

_____ Ю.В.Торкунова

«26 » октября 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Проектирование коммуникационных кампаний коммерческих организаций

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация

бакалавр

г. Казань, 2020

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512).

Программу разработала:

доцент, к.соц.н _____

Убойцева Е.В.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры-разработчика Философия и медиакоммуникации, протокол № 14 от 21.10.2020.

Зав. кафедрой _____ Миннуллина Э.Б.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры Философия и медиакоммуникации, протокол № 14 от 21.10.2020.

Зав. кафедрой _____ Миннуллина Э.Б.

Программа одобрена на заседании методического совета института Цифровых технологий и экономики, протокол № 2 от 26.10.2020.

Зам. директора института Цифровых технологий и экономики

_____ /Косулин В.В./

Программа принята решением Ученого совета института Цифровых технологий и экономики протокол № 2 от 26.10.2020.

1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью дисциплины является ознакомление бакалавров со стратегиями развития фоновых информационных образований в коммерческой сфере.

Задачи:

- ознакомление с приемами создания имиджевых структур для коммерческой сферы;
- формирование умения осуществлять обзор действий конкурентов и создавать стратегии развития организации.

Компетенции, формируемые у обучающихся, запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-1.1 Использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде при реализации коммуникационного продукта	Знать: З1 отраслевые стандарты и нормы проектирования коммуникационных кампаний. Уметь: У1 применять алгоритм RACE при проектировании коммуникационных кампаний, оценивать эффективность коммуникационной компании в онлайн и офлайн среде, составлять медиабриф, медиаплан, медиакарту. Владеть: В1 алгоритмом разработки коммуникационного проекта.
	ПК-1.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Знать: З1 принципы планирования и проведения мероприятия как элемента коммуникационных кампаний. Уметь: У1 Применять технологии организации брифингов, конкурсов, пресс-конференций, пресс- и блог-туров. Владеть: В1 методами определения целевых групп, постановки целей и задач, создания концепции, формирования бюджета и реализации проекта мероприятия.
ПК-2 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Знать: З1 особенности медиаконцепции канала коммуникации, знать принципы составления медиакарты. Уметь: У1 контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала. Владеть: В1 навыками анализа формата коммуникационного продукта

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Проектирование коммуникационных кампаний коммерческих организаций относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.	Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.
ОПК-4 ОПК-5 УК-1 УК-2	Стратегические коммуникации и ситуационный анализ	
УК-3 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-7	Теория и практика рекламы и связей с общественностью	
УК-3 УК-5 ОПК-7	Этика делового общения	
ПК-1		PR-отдел коммерческой организации
ПК-1 ПК-2		Медиакоммуникации в коммерческой сфере

Для освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- специфику рекламной и PR-деятельности.

Уметь:

- использовать методику и технику проведения маркетинговых исследований рынка.

Владеть:

- навыками участия в формировании и поддержании корпоративной культуры.

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных(ые) единиц(ы) (ЗЕ), всего 216 часов, из которых 101 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (занятия лекционного типа 16 час., занятия семинарского типа (практические занятия) 64 час., групповые и индивидуальные консультации 4 час., ККР – 16 ч, прием экзамена (КПА) - 1 час., самостоятельная работа обучающегося 80 час. Практическая подготовка по виду профессиональной деятельности составляет 21,6 часов.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		7
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	216	216
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:	101	101
Лекционные занятия (Лек)	16	16

Практические занятия (Пр)	64	64
Индивидуальные консультации	2	2
Групповые консультации	2	2
Консультации, сдача и защита Курсовой работы (ККР)	16	16
Контактные часы во время аттестации (КПА)	1	1
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС), в том числе:	80	80
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: (курсовая работа, экзамен)	35	35
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	КР, Эк	Эк

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

Разделы дисциплины	Семестр	Распределение трудоемкости (в часах) по видам учебной работы, включая СРС							Итого	Формируемые результаты обучения (знания, умения, навыки)	Литература	Формы текущего контроля успеваемости	Формы промежуточной аттестации	Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе
		Занятия лекционного типа	Занятия практического / семинарского типа	Лабораторные работы	Групповые и индивидуальные	Самостоятельная работа студента, в т.ч.	ККР	подготовка к промежуточной аттестации						
Раздел 1. Корпоративное позиционирование	7	2	10			13			25	ПК-1.1 -31, ПК-1.1 -У1, ПК-1.1 -В1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2	К/р		10
Раздел 2. Специфика PR - подразделений коммерческих структур	7	2	10			13			25	ПК-1.3 -31, ПК-1.3 -У1, ПК-1.1 -В1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2	Уст. опрос		10

Раздел 3. Средства коммуникации как социальная подсистема	7	2	10			13			25	ПК-1.3 -31, ПК-1.3 -У1, ПК-1.3 -В1	Л1.1, Л1.2, Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2	Уст. опрос		10
Раздел 4. Основные звенья коммуникационн ого процесса	7	2	10			13			25	ПК-1.3 -В1, ПК-2.2 -31, ПК-2.2 -У1	Л1.1, Л1.2, Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2	тест		10
Раздел 5. Корпоративная политика	7	4	12			14			30	ПК-2.2 -В1, ПК-1.3 -У1	Л1.1, Л1.2, Л1.3 Л1.4 Л2.1	Уст. опрос		10
Раздел 6. Система корпоративных интеграторов	7	4	12			14	2	1	51	ПК-1.1 -31, ПК-1.3 -У1, ПК-2.2 -В1	Л1.1, Л1.2, Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2	Уст. опрос		10
Экзамен														40
ИТОГО		16	64		4	80	16	35	1	216				100

3.3. Тематический план лекционных занятий

Номер раздела дисциплины	Темы лекционных занятий	Трудоемкость, час.
1	Понятие позиционирования. Разработка позиционирования. Корпоративные коммуникации как инструмент позиционирования.	2
2	Хронология общественных коммуникационных систем.	2
3	Массовая коммуникация в ее отличии от межличностной и профессиональной. Специфика межличностной и профессиональной коммуникации.	2
4	Анализ основных звеньев. Адресант. Рекламодатель.	2
5	Структура корпоративного имиджа. Корпоративная философия и корпоративная культура. и	4
6	Корпоративная стратегия, философия, видение. Корпоративная миссия, слоган, история.	4
	Всего	16

3.4. Тематический план практических занятий

Номер раздела дисциплины	Темы практических занятий	Трудоемкость, час.
1	Корпоративное пространство. Корпоративная деятельность. PR в корпоративном пространстве. Уникальное торговое предложение. Управление восприятием. Репутация.	10

2	Мультимедийная коммуникационная культура	10
3	СМК как ретранслятор и производитель информации. Критерии отнесения к СМК различных информационных органов: физическая и финансовая доступность. Факторы отбора информации в реальной деятельности информационных органов.	10
4	Каналы коммуникации. Аудитория. Получатель информации.	10
5	Оценка корпоративной социальной политики. Внутренний и внешний контекст корпоративной социальной политики. Макрорегуляторы социального развития предприятий и социальная отчетность. Инструменты и направления корпоративной социальной политики.	12
6	Нейм и нейминг. Корпоративная фотография. Корпоративное видео. Корпоративный гимн. Корпоративное издание. Имиджевая полиграфическая продукция.	12
Всего		64

3.5. Тематический план лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом

3.6. Самостоятельная работа студента

Номер раздела дисциплины	Вид СРС	Содержание СРС	Трудоемкость, час.
1	Изучение алгоритма построения корпоративного имиджа. Примеры персонификации	К/р	13
2	Изучение археокультурной словесности. Общинная коммуникационная система. Индустриальная неокультурная книжность. промышленная революция в полиграфии. книжно-газетно-журнальная культура.	Уст.опрос	13
3	Профессиональные факторы: анализ. Факторы групп интересов.	Уст.опрос	13
4	Изучение соотношения: Реципиент-обратная связь.	Тест	13
5	Теоретические принципы корпоративной социальной политики: анализ.	Уст.опрос	14

6	Изучение форм корпоративной отчетности – финансовая и нефинансовая: Годовой, Социальный отчет, Отчет об устойчивом развитии. Корпоративный блог. Корпоративный праздник.	Уст.опрос	14
Всего			80

4. Образовательные технологии

При проведении учебных занятий используются традиционные образовательные технологии (лекции в сочетании с практическими занятиями, самостоятельное изучение определённых разделов) и современные образовательные технологии, направленные на обеспечение развития у обучающихся навыков межличностной коммуникации: групповые дискуссии, работа в команде, междисциплинарное обучение, преподавание дисциплины на основе результатов предшествующих научных исследований.

При реализации дисциплины «Проектирование коммуникационных кампаний коммерческих организаций» применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В процессе обучения используются электронные образовательные ресурсы (ЭОР), размещенные в личных кабинетах студентов Электронного университета КГЭУ, URL:<http://e.kgeu.ru/>

5. Оценка результатов обучения

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, проводимого по балльно-рейтинговой системе (БРС), и промежуточной аттестации.

Обобщенные критерии и шкала оценивания уровня сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции) по итогам освоения дисциплины:

Планируемые результаты обучения	Обобщенные критерии и шкала оценивания результатов обучения			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	не зачтено	зачтено		
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок

Наличие умений	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, имеют место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, выполнены все задания в полном объеме
Наличие навыков (владение опытом)	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки, имеют место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов
Характер	Компетенция в	Сформированность	Сформированность	Сформированность
Индикатор сформированности компетенции (индикатор достижения компетенции)	полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	компетенция соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач	компетенция в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	компетенция полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач
Уровень сформированности компетенции (индикатор достижения компетенции)	Низкий	Ниже среднего	Средний	Высокий

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено		не зачтено	
ПК-1	ПК-1.1	Знать				

		отраслевые стандарты и нормы проектирования коммуникационных кампаний	Знает отраслевые стандарты и нормы проектирования коммуникационных кампаний, не допускает ошибок	Знает отраслевые стандарты и нормы проектирования коммуникационных кампаний, при ответе может допустить несколько негрубых ошибок	Плохо знает отраслевые стандарты и нормы проектирования коммуникационных кампаний, при ответе может допустить множество мелких ошибок	Уровень знаний ниже минимального требования, допускает грубые ошибки
Уметь						

		применять алгоритм RACE при проектировании коммуникационных кампаний, оценивать эффективность коммуникационной компании в онлайн и офлайн среде, составлять медиабриф, медиаплан, медиакарту.	демонстрирует умение применять алгоритм RACE при проектировании коммуникационных кампаний, оценивать эффективность коммуникационной компании в онлайн и офлайн среде, составлять медиабриф, медиаплан, медиакарту, не допускает ошибок	демонстрирует умение применять алгоритм RACE при проектировании коммуникационных кампаний, оценивать эффективность коммуникационной компании в онлайн и офлайн среде, составлять медиабриф, медиаплан, медиакарту, допускает при этом ряд небольших ошибок	в целом демонстрирует умение применять алгоритм RACE при проектировании коммуникационных кампаний, оценивать эффективность коммуникационной компании в онлайн и офлайн среде, составлять медиабриф, медиаплан, медиакарту, задание выполнено в неполном объеме	не демонстрирует сформированное умение применять алгоритм RACE при проектировании коммуникационных кампаний, оценивать эффективность коммуникационной компании в онлайн и офлайн среде, составлять медиабриф, медиаплан, медиакарту задание не выполнено
	Владеть					
		алгоритмом разработки коммуникационного проекта	продемонстрированы навыки владения алгоритмом разработки коммуникационного проекта	продемонстрированы базовые навыки владения алгоритмом разработки коммуникационного проекта, допущен ряд мелких ошибок	имеется минимальный набор навыков владения алгоритмом разработки коммуникационного проекта, много ошибок	не продемонстрированы базовые навыки владения алгоритмом разработки коммуникационного проекта, допущены грубые ошибки
ПК-1.3	Знать					
		принципы планирования и проведения мероприятия как элемента коммуникационных кампаний	Знает принципы планирования и проведения мероприятия как элемента коммуникационных кампаний, не допускает ошибок	Знает принципы планирования и проведения мероприятия как элемента коммуникационных кампаний, при ответе может допустить несколько негрубых ошибок	Плохо знает принципы планирования и проведения мероприятия как элемента коммуникационных кампаний, при ответе может допустить множество мелких ошибок	Уровень знаний ниже минимального требования, допускает грубые ошибки
	Уметь					
		применять технологии организации брифингов, конкурсов, пресс-конференций, пресс- и блог-туров	демонстрирует умение применять технологии организации брифингов, конкурсов, пресс-конференций, пресс- и блог-туров не допускает ошибок	демонстрирует умение применять технологии организации брифингов, конкурсов, пресс-конференций, пресс- и блог-туров, допускает при этом ряд небольших ошибок	в целом демонстрирует умение применять технологии организации брифингов, конкурсов, пресс-конференций, пресс- и блог-туров, задание выполнено в неполном объеме	не демонстрирует сформированное умение применять технологии организации брифингов, конкурсов, пресс-конференций, пресс- и блог-туров, задание не выполнено
	Владеть					

		методами определения целевых групп, постановки целей и задач, создания концепции, формирования бюджета и реализации проекта мероприятия	продемонстрировано владение методами определения целевых групп, постановки целей и задач, создания концепции, формирования бюджета и реализации проекта мероприятия	продемонстрировано владение методами определения целевых групп, постановки целей и задач, создания концепции, формирования бюджета и реализации проекта мероприятия, допущен ряд мелких ошибок	имеется минимальный набор владения методами определения целевых групп, постановки целей и задач, создания концепции, формирования бюджета и реализации проекта мероприятия, много ошибок	не продемонстрированы базовые навыки владения методами определения целевых групп, постановки целей и задач, создания концепции, формирования бюджета и реализации проекта мероприятия, допущены грубые ошибки
ПК-2	ПК-2.2	Знать				
		особенности медиаконцепции канала коммуникации, знать принципы составления медиакарты.	Знает особенности медиаконцепции канала, не допускает ошибок	Знает особенности медиаконцепции канала, при ответе может допустить несколько негрубых ошибок	Плохо знает особенности медиаконцепции канала, при ответе может допустить множество мелких ошибок	Уровень знаний ниже минимального требования, допускает грубые ошибки
		Уметь				
		контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	демонстрирует умение контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала, не допускает ошибок	демонстрирует умение контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала, допускает при этом ряд небольших ошибок	в целом демонстрирует умение контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала, задание выполнено в неполном объеме	не демонстрирует сформированное умение контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала, задание не выполнено
Владеть						
навыками анализа формата коммуникационного продукта	продемонстрированы навыки анализа формата коммуникационного продукта	продемонстрированы базовые навыки анализа формата коммуникационного продукта, допущен ряд мелких ошибок	имеется минимальный набор навыков анализа формата коммуникационного продукта, много ошибок	не продемонстрированы базовые навыки владения анализом формата коммуникационного продукта, допущены грубые ошибки		

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины. Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

Основная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие,	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в
1	Есикова И.В.	Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний	учебное пособие	М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/75208.html	
2	Мельникова Н.А.	Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний	учебное пособие	М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/90235.html	
3	Романов А.А., Васильев Г.А., Каптюхин Р.В.	Медиапланирование	учебное пособие	М.: Евразийский открытый институт	2010	http://www.iprbookshop.ru/10716.html	
4	Чумиков А.Н.	Коммуникационные кампании	учебное пособие	М.: Аспект Пресс	2014	http://www.iprbookshop.ru/56795.html	

Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие,	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в библиотеке
1	Гнатюк О. Л.	Основы теории коммуникации	учебное пособие	М.: Кнорус	2017	https://www.book.ru/book/929613	

2	Синяева И.М., Васильев Г.А.	Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности	учебник для вузов	М.: ЮНИТИ	2000	19
---	--------------------------------	---	-------------------	-----------	------	----

6.2. Информационное обеспечение

6.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

№ п/п	Наименование электронных и интернет-ресурсов	Ссылка
1	Энциклопедии, словари, справочники	http://www.rubricon.com
2	Портал "Открытое образование"	http://npoed.ru
3	Единое окно доступа к образовательным ресурсам	http://window.edu.ru

6.2.2. Профессиональные базы данных

№ п/п	Наименование профессиональных баз данных	Адрес	Режим доступа
1	Образовательный портал	http://www.ucheba.com	ttp://www.ucheba.com

6.2.3. Информационно-справочные системы

№ п/п	Наименование	Адрес	Режим доступа
1	КиберЛенинка	https://cyberleninka.ru/	https://cyberleninka.ru/

6.2.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Способ распространения (лицензионное/свободно)	Реквизиты подтверждающих документов
1	Windows 7 Профессиональная (Starter)	Пользовательская операционная система	ЗАО "СофтЛайнТрейд" №2011.25486 от 28.11.2011 Неискл. право. Бессрочно
2	Windows Server Standartd 2012R2 Russian OLP NL AcademicEdition 2Proc	Серверная операционная система от компании Microsoft.	ЗАО "СофтЛайнТрейд" №2014.0310 от 15.11.2014 Неискл. право. Бессрочно
3	Incscape	Инструмент дизайна	Свободная лицензия. Бессрочно

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Вид учебной работы	Наименование специальных помещений и помещений для СРС	Оснащенность специальных помещений и помещений для СРС

1	Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	доска аудиторная (2 шт.), акустическая система, усилитель-микшер для систем громкой связи, миникомпьютер, монитор, проектор, экран настенно-потолочный, микрофон; Windows 7 Профессиональная (Pro): №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. LMS Moodle. Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.
2	Практические занятия	Учебная аудитория для проведения практических занятий	проектор (переносной), ноутбук (переносной); Windows 7 Профессиональная (Pro): договор №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.
3	Самостоятельная работа обучающегося	Читальный зал библиотеки	Специализированная мебель, компьютерная техника с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС, мультимедийный проектор, экран, программное обеспечение Windows 7 Профессиональная (Pro): №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.

8. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Лица с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалиды имеют возможность беспрепятственно перемещаться из одного учебно-лабораторного корпуса в другой, подняться на все этажи учебно-лабораторных корпусов, заниматься в учебных и иных помещениях с учетом особенностей психофизического развития и состояния здоровья.

Для обучения лиц с ОВЗ и инвалидов, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, обеспечены условия беспрепятственного доступа во все учебные помещения. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ОВЗ и инвалидов, размещена на сайте университета [www//kgeu.ru](http://www/kgeu.ru). Имеется возможность оказания технической помощи ассистентом, а также услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушенным слухом справочного, учебного материала по дисциплине обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы оповещения о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);

- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);

- разговаривая с обучающимся, педагогический работник смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;

- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;

- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой по выбранному направлению подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;

- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;

- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и ясно комментируются;

- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;

- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов определяется педагогическим работником в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ, инвалиду с учетом их индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

Лист регистрации изменений

Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины на 20__ /20__
учебный год

В программу вносятся следующие изменения:

1. _____

2. _____

3. _____

*Указываются номера страниц, на которых
внесены изменения,
и кратко дается характеристика этих
изменений*

Программа одобрена на заседании кафедры –разработчика «__» _____ 20_г.,
протокол № _____

Зав. кафедрой _____ Миннуллина Э.Б.

Программа одобрена методическим советом института _____
«__» _____ 20__ г., протокол № _____

Зам. директора по УМР _____ / _____ /

Подпись, дата

Согласовано:

Руководитель ОПОП _____ / _____ /

Подпись, дата

Часы по заочной форме обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных(ые) единиц(ы) (ЗЕ), всего 216 часов, из которых 29 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (занятия лекционного типа 8 час., практические занятия 16 час., КСР 2 час., консультации, сдача и защита КР - 2 ч., прием экзамена (КПА) - 1 час., самостоятельная работа обучающегося 179 час.

Вид учебной работы	Всего часов	Се- местр
		5
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	216	216
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:	29	29
Лекционные занятия (Лек)	8	8
Практические занятия (Пр)	16	16
КСР	2	2
Консультации, сдача и защита КР	2	2
Сдача экзамена (КПА)	1	1
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС), в том числе:	179	179
Подготовка к промежуточной аттестации в форме экзамена	8	8
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	Эк	Эк

*Приложение к рабочей программе
дисциплины*



КГЭУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования**

**«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

Проектирование коммуникационных кампаний коммерческих организаций

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

г. Казань, 2020

Оценочные материалы по дисциплине «Проектирование коммуникационных кампаний коммерческих организаций» - комплект контрольно-измерительных материалов, предназначенных для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенции(й):

ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-2 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, проводимого по балльно-рейтинговой системе (БРС), и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание процесса обучения по дисциплине. При текущем контроле успеваемости используются следующие оценочные средства: устный опрос, тест, контрольная работа.

Промежуточная аттестация имеет целью определить уровень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине за 7 семестр. Форма промежуточной аттестации кр, 7 семестр. Форма промежуточной аттестации экзамен.

Оценочные материалы включают задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, разработанные в соответствии с рабочей программой дисциплины.

1. Технологическая карта

Семестр 7

Номер раздела/ темы дисциплины	Вид СРС	Наименование оценочного средства	Код индикатора достижения компетенций	Уровень освоения дисциплины, баллы			
				неудов	удов-но	хорошо	отлично
				не	зачтено		
				низкий	ниже среднего	средний	высокий
Текущий контроль успеваемости							
1	Изучение алгоритма построения корпоративного имиджа. Примеры персонификации	К/р	ПК-1.1 -31, ПК-1.1 -У1, ПК-1.1 -В1	менее 5	5-7	8-8	9-10

2	Изучение археокультурной словесности. Общинная коммуникационная система. Индустриальная некультурная книжность. промышленная революция в полиграфии. книжно-газетно-журнальная культура.	Уст опрос	ПК-1.3 -31, ПК-1.3 -У1, ПК-1.1 -В1	Менее 5	5-6	6-8	8-10
3	Профессиональные факторы: анализ.	Уст опрос	ПК-1.3 -31, ПК-1.3 -У1,	Менее 5	5-6	6-8	8-10
4	Изучение соотношения: Реципиент-обратная	Тест	ПК-1.3 -В1, ПК-2.2 -31,	менее 5	6 - 8	8 - 9	9 - 10
5	Теоретические принципы корпоративной социальной политики: анализ.	Уст опрос	ПК-2.2 -В1, ПК-1.3 -У1	менее 4	5-8	8-9	9-10
6	Изучение форм корпоративной отчетности – финансовая и нефинансовая: Годовой, Социальный отчет, Отчет об устойчивом развитии. Корпоративный блог. Корпоративный	Уст опрос	ПК-1.1 -31, ПК-1.3 -У1, ПК-2.2 -В1	менее 5	5-6	6-8	8-10
Всего баллов				Менее 30	30-39	40-49	50-60
Промежуточная аттестация							
Подготовка к экзамену	Вопросы	ПК-1, ПК-2.	менее 25	25-29	30-34	35-40	
Итого баллов			менее 55	55-69	70-84	85-100	

2. Перечень оценочных средств

Краткая характеристика оценочных средств, используемых при текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине:

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Оценочные материалы
----------------------------------	--	---------------------

Устный опрос	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины, представленные в привязке к компетенциям пре-
Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Комплект тестовых заданий
Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам

3. Оценочные материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Наименование оценочного средства	Устный опрос
Представление и содержание оценочных материалов	<p style="text-align: center;">Перечень заданий для устного опроса:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности и необходимость внутрикорпоративного PR. 2. Роль и функции PR-отдела в управлении кризисными ситуациями. 3. Особенности работы с инвесторами компании. 4. Специфика корпоративного издания. 5. Роль корпоративного сайта в формировании имиджа компании. 6. Событийный маркетинг и PR. 7. Особенности формирования фирменного стиля на примерах российских компаний. 8. Специфика работы отделов работы по связям с общественностью банковских учреждений. 9. Специфика работы отделов работы по связям с общественностью образовательных учреждений (ВУЗы). 10. Благотворительные проекты: цели, механизмы, примеры. 11. Специфика отношений с государственными структурами (government relations). 12. Участие в выставках как имиджевая задача компании. 13. Формирование и поддержка имиджа первых лиц компаний. 14. Развитие отношений с органами региональной власти (анализ региональных компаний). 15. Корпоративное издание.
Критерии оценки и шкала оценивания в баллах	<p>Критериями оценки выполнения задания, согласно достигнутого уровня, являются:</p> <p><i>Высокий уровень:</i> содержание вопроса раскрыто в полном объеме, материал изложен грамотным языком с точным использованием терминологии – 8-10 баллов</p> <p><i>Средний уровень:</i> показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала, последовательность изложения материала достаточно хорошо продумана, материал изложен грамотным языком, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии, показано умение делать выводы – 6-8 баллов.</p> <p><i>Ниже среднего уровень:</i> содержание вопроса раскрыто неполно, материал изложен верно, однако отмечена непоследовательность изложения материала, в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии – 5-6 балла.</p> <p><i>Низкий уровень:</i> не раскрыто основное содержание учебного материала, путаница в изложении материала, допущены ошибки в определении понятий, полное неумение делать обобщение, выводы – менее 5 баллов.</p> <p>Количество баллов за устный ответ: минимум – 4 б. Количество баллов за устный ответ: максимум – 10 б. Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за устный ответ по 2,3, 5, 6 разделам дисциплины в течение семестра – 40 баллов.</p>
Наименование оценочного средства	Тест

Представление и
содержание
оценочных
материалов

Образцы тестовых заданий

1.Отметьте правильный ответ

Как называется политика игнорирования вопроса?

- реактивная
- проактивная
- адаптивная
- динамичная

2.Отметьте правильный ответ

Как называется политика подстраивания под вопрос?

- реактивная
- адаптивная
- проактивная
- линейная

3.Отметьте правильный ответ

Как называется политика организации по формированию вопросов, повестки дня?

- проактивная
- реактивная
- адаптивная
- линейная

4.Отметьте правильный ответ

Что из перечисленного не является определением кризиса?

- событие, которое нарушает нормальный ход деятельности компании
- точка опасности, угрожающая существованию организации
- нестабильная ситуация, требующая немедленного решения
- точка конфликта между организациями и их публиками

5.Отметьте правильный ответ

Какой из перечисленных терминов не является названием одного из видов кризиса?

- кобра
- питон
- терроризм
- агрессия

6.Отметьте правильный ответ

Какая из перечисленных компаний столкнулась с кризисом в форме терроризма в 1980-х?

- Джонсон и Джонсон
- Шелл
- Эксон
- Энрон

7.Отметьте правильный ответ

Какая из перечисленных компаний оказалась в кризисе,столкнувшись с активистами Гринпис в 1990-х?

- Шелл
- Джонсон и Джонсон
- Юнион Карбайд
- Энрон

<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p>Критериями оценки выполнения задания, согласно достигнутого уровня, являются:</p> <p><i>Высокий уровень:</i> Ответы на тестовые задания полные, точные – 9-10 баллов</p> <p><i>Средний уровень:</i> В ответах на тестовые задания показано общее понимание вопроса, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии – 8-9 баллов.</p> <p><i>Ниже среднего уровень:</i> Ответы на тестовые задания - неполные, допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии –5-8 баллов.</p> <p><i>Низкий уровень:</i> При ответе на тестовые задания допущены ошибки в определении понятий, ответы неточные – менее 4 баллов.</p> <p>Количество баллов за выполнение тестовых заданий: минимум – 3 б.</p> <p>Количество баллов за выполнение тестовых заданий: максимум – 10 б.</p> <p>Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за выполнение тестовых заданий по 4 разделу дисциплины в течение семестра – 10 баллов.</p>
<p>Наименование оценочного средства</p>	<p>Контрольная работа</p>

<p>Представление и содержание оценочных материалов</p>	<p style="text-align: center;">Перечень заданий для контрольной работа</p> <p style="text-align: center;"><u>«План работы PR-отдела»</u></p> <p>Студент, опираясь на полученные знания, должен составить план работы PR-отдела какой –либо комерческойорганизации по выбору.</p> <p style="text-align: center;"><u>«Пресс-релиз мероприятия»</u></p> <p>Пресс-релиз – это официальное сообщение компании, содержащие информационный повод, то есть новость. Современный пресс-релиз – пример того, как с помощью новости, можно заставить нужную целевую аудиторию обратить внимание на тот или иной продукт, бренд и т.д.</p> <p>Принято выделять три основных вида: анонсирующий, промежуточный (освещает события по ходу мероприятия) и итоговый пресс-релиз.</p> <p>Напишите анонсирующий, промежуточный и итоговый пресс-релиз мероприятия.</p> <p style="text-align: center;"><u>«Анализ должностных инструкций пресс-секретарей»</u></p> <p>Студенты должны проанализировать должностные инструкции пресс-секретарей различных организаций.</p> <p style="text-align: center;"><u>«Анализ пресс-конференции: «+» и «-»</u></p> <p>Студент, опираясь на полученные знания, должен выявить плюсы и минусы конкретной пресс-конференции, проанализировав такие его этапы как создание новостного повода, определение тематики и состава участников пресс-конференции, определение доступного для журналистов места и нужного времени для проведения пресс-конференции, подбор модератора, отбор необходимого компании круга СМИ, заинтересованного в освещении конкретного новостного повода, приглашение журналистов (рассылка пресс-релизов, приглашений, обзвон и аккредитация приглашенных журналистов), подготовка зала для пресс-конференции, встреча журналистов, вручение пресс-пакетов, организация кофе-брейка, оформление и рассылка пост-релизов журналистам, которым не удалось попасть на пресс-конференцию, мониторинг вышедших публикаций в СМИ.</p>
--	---

<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p>Критериями оценки выполнения задания, согласно достигнутого уровня, являются:</p> <p><i>Высокий уровень:</i> Ответы полные, развернутые, точное использование терминологии –9-10 баллов</p> <p><i>Средний уровень:</i> в ответах дано общее понимание вопроса, изложено грамотным языком, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии – 8-8 баллов.</p> <p><i>Ниже среднего уровень:</i> Ответы на поставленные задания - неполные, имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии –5-7 баллов.</p> <p><i>Низкий уровень:</i> При ответе не раскрыто основное содержание заданий, путаница в изложении материала, допущены ошибки в определении понятий, полное неумение делать обобщение, выводы – менее 5 баллов.</p> <p>Количество баллов за контрольную работу: минимум – 4 б.</p> <p>Количество баллов за контрольную работу: максимум – 10 б.</p> <p>Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за контрольную работу по 1 разделу дисциплины в течение семестра – 10 баллов.</p>
--	---

4. Оценочные материалы промежуточной аттестации

<p>Наименование оценочного средства</p>	<p>Экзамен</p>
---	----------------

<p>Представление и содержание оценочных материалов</p>	<p>Оценочные материалы, вынесенные на экзамен, состоят из перечня вопросов по изучаемым темам. Каждый билет содержит 2 вопроса. На подготовку выделяется 40 минут.</p> <p style="text-align: center;">Примеры экзаменационных вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Опишите процесс формирования отделов рекламы и связей с общественностью.2. В чем суть структурного подхода к формированию управления рекламы и связей с общественностью?3. Охарактеризуйте функции отделов рекламы и связей с общественностью.4. Приведите два примера, раскрывающие специфику эстетического компонента в имиджевом решении.5. Приведите два примера, раскрывающие специфику структуры и принципов организации современной пресс-службы.6. Перечислите особенности работы пресс-службы в корпорации.7. Перечислите формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ.8. Опишите правовые и этические аспекты работы пресс-секретаря.9. Роль СМИ в работе пресс-службы.10. Суть мониторинга состояний информационной среды.11. Перечислите основные этапы подготовки пресс-релиза.12. Перечислите основные этапы в организации пресс-мероприятий.13. Дайте определение понятия "брифинг".14. Перечислите основные этапы в организации брифинга.15. Дайте основные рекомендации по составлению пресс-релизов.16. Цели проведения оценки эффективности PR-деятельности.17. Охарактеризуйте базовые принципы оценки эффективности PR-деятельности.18. Охарактеризуйте разницу между PR-последствиями и PR-результатами.19. Проанализируйте целесообразность применения различных методов оценки PR-эффективности.20. Назовите основные PR-инструменты.21. Назовите подходы к анализу эффективности этих PR-инструментов.22. Охарактеризуйте направления и целесообразность PR-аудита. Его отличие от маркетинговых исследований.23. Критерии и процедуры PR-аудита.
--	--

Критерии оценки и шкала оценивания в баллах	<p>При выставлении баллов за ответ на экзамене учитываются следующие критерии. Верные ответы на вопросы дают возможность обучающемуся получить по 20 баллов.</p> <p>Максимальное количество баллов за экзамен – 40</p> <p>При выставлении баллов за ответы на задания в билете учитываются следующие критерии:</p> <p>Полнота и правильность ответа на поставленные вопросы.</p> <p>Владение специальной филологической терминологией по заданной теме</p> <p>Владение орфографией и пунктуацией языком в пределах, необходимых для осуществления профессиональной коммуникации.</p> <p>От 35 до 40 баллов оценивается ответ, который показывает прочные знания основ изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом и основами философских знаний; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, приводить примеры; свободное владение устной речью.</p> <p>От 30 до 34 баллов оценивается ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, приводить примеры; свободное владение устной речью. Однако допускается одна – две неточности в ответе.</p> <p>От 25 до 29 баллов оценивается ответ, свидетельствующий, в основном, о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными коммуникативными навыками, недостаточным умением приводить примеры; недостаточно свободным владением устной речью. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.</p> <p>Менее 25 баллов оценивается ответ, свидетельствующий о минимальном знании в изучаемой предметной области, отличающийся низким уровнем раскрытия темы; отсутствием знанием вопросов теории; не сформированными коммуникативными навыками, отсутствием умения приводить примеры; недостаточно свободным владением устной речью. Множество ошибок в содержании ответа.</p>
---	---