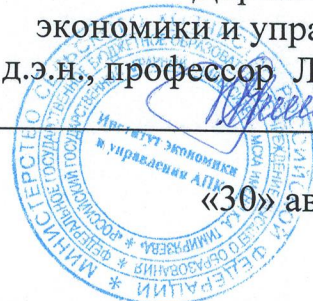


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна
Должность: Директор института экономики и управления АПК
Дата подписания: 17.07.2023 13:32:03
Уникальный программный ключ:
1e90b132d9b04dce67585160b015dddf2cb1e6a9

УТВЕРЖДАЮ:
Директор Института
экономики и управления АПК
д.э.н., профессор Л.И. Хоружий



«30» августа 2022 г.

Лист актуализации рабочей программы дисциплины

Б1.О.04.04 Оценка эффективности в рекламе и связях с общественностью

для подготовки магистров

Направление: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2019 год

Курс 2

Семестр 4

А) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 2022 г. начала подготовки.

Б) Программа будет распространена при организации учебного процесса направленность (профиль) «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации»

Разработчик: Гнездилова Е.В., доцент кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации

«30» августа 2022 г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации протокол № 1 от «28» августа 2022 г.

И.о. Заведующего кафедрой

Гнездилова Е.В.

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий кафедрой
Связей с общественностью
и речевой коммуникации

« » 2022 г.



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Факультет гуманитарно-педагогический
Кафедра связей с общественностью и речевой коммуникации

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана гуманитарно-педагогического
факультета

проф. Кубрушко П.Ф.
“ 05 ” 02 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.04.04 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

для подготовки магистров

ФГОС ВО

Направление: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Курс 2

Семестр 4

Форма обучения очная

Год начала подготовки 2019

Регистрационный номер _____

Москва, 2020_

Разработчик: Симакова М.С., к.ф.н., доцент


«11» 01 2017 г.

Рецензент: Оришев А.Б., д.и.н., доцент
(Ф.И.О, ученая степень, ученое звание)


«11» 01 2017 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и учебного плана

Программа обсуждена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации, протокол № 7 от «04» 02 2017 г.

Зав. кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации
Бугаева И.В., д.ф.н., профессор


«04» 02 2017 г.

Согласовано:

Председатель учебно-методической комиссии гуманитарно-педагогического факультета Еремин В.И., д.э.н., профессор


«04» 02 2017 г.

Заведующий выпускающей кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации Бугаева И.В., д.ф.н., профессор


«04» 02 2017 г.

Заведующий отделом комплектования ЦНБ


(подпись)

Бумажный экземпляр РПД, копии электронных вариантов РПД и оценочных материалов получены:

Методический отдел УМУ

« _ » 20 _ г

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|---------------------------------|
| АННОТАЦИЯ | ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА. |
| 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 4 |
| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ | 4 |
| 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ | 5 |
| 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 5 |
| 4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ | 5 |
| ПО СЕМЕСТРАМ | 5 |
| 4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ..... | 8 |
| 4.3 ЛЕКЦИИ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ..... | 9 |
| 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ | 10 |
| 6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 10 |
| 6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ | 10 |
| 6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ | 12 |
| 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 13 |
| 7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА | 13 |
| 7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА..... | 13 |
| 7.3 НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ | 13 |
| 7.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАНЯТИЯМ..... | 13 |
| 8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | 14 |
| 9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ) | 14 |
| 10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) | 15 |
| 11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ | 15 |
| Виды и формы отработки пропущенных занятий | 15 |
| 12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ | 16 |

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.04.04 «Оценка эффективности в рекламе и связях с общественностью» для подготовки магистра по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: овладение знаниями, умениями и навыками критического анализа коммуникационной деятельности для разработки и эффективной реализации проектов в работе с целевыми аудиториями.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2: УК-2.1; УК-2.2; ОПК-7: ОПК-7.1; ОПК-7.2; ПК-1: ПК-1.1; ПК-1.2; ПКО-2: ПКО-2.1; ПКО-2.2

Краткое содержание дисциплины: технологии оценки эффективности рекламы, в т.ч. и составляющие результативности рекламы, критерии эффективности рекламы, методы оценивания и инструментарий оценки, технологии оптимизации рекламной кампании в связи с результатами оценки; технологии оценки эффективности PR-деятельности, в т.ч. показатели результативности реализации PR-проектов, методика и инструментарий оценки, технологии оптимизации реализации PR-проектов в зависимости от полученной оценки.

Общая трудоемкость дисциплины: 72 часа/2 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Оценка эффективности в рекламе и связях с общественностью» является овладение знаниями, умениями и навыками критического анализа коммуникационной деятельности для разработки и эффективной реализации проектов в работе с целевыми аудиториями.

Задачи:

- получение представлений о методике оценки эффективности применения технологических приемов в рекламе;
- получение представлений о методике оценки эффективности реализации PR-проектов;
- формирование практических навыков прогнозирования результатов коммуникационной деятельности, применения современных онлайн и офлайн технологий выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Оценка эффективности в рекламе и связях с общественностью» включена в обязательный перечень дисциплин учебного плана базовой части. Дисциплина «Оценка эффективности в РиСО» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Оценка эффективности в рекламе и связях с общественностью» являются «Управление коммуникационными проектами», «Разработка и реали-

зация коммуникационной стратегии», «Рекламные и PR-технологии продвижения территорий».

Дисциплина «Оценка эффективности в рекламе и связях с общественностью» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Стратегические коммуникации в сфере АПК», «Планирование и реализация кампаний по РиСО в агробизнесе».

Особенностью дисциплины является освоение экспертного подхода к реализации кампаний по РиСО в агробизнесе, включая ключевые принципы и инструментарий оценки результативности реализации кампаний.

Рабочая программа дисциплины «Оценка эффективности в рекламе и связях с общественностью» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 1

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

| № п/п | Код компетенции | Содержание компетенции (или её части) | Индикаторы компетенций | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны: | | |
|-------|-----------------|--|------------------------|--|---|---|
| | | | | знать | уметь | владеть |
| 1. | УК-2 | Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла Владеет навыками управления рекламными и пиар-проектами | УК-2.1 | Приемы управления рекламными и пиар-проектами на всех этапах их жизненного цикла | Принимать управленческие решения при ведении рекламных и пиар-проектов на всех этапах их жизненного цикла | Навыками организации рекламных и пиар-проектов на всех этапах их жизненного цикла |
| 2. | УК-2 | Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла Владеет навыками управления информационно-коммуникационными проектами | УК-2.2 | Приемы управления информационно-коммуникационными проектами на всех этапах их жизненного цикла | Принимать управленческие решения при ведении информационно-коммуникационных проектов на всех этапах их жизненного цикла | Навыками организации информационно-коммуникационными проектами на всех этапах их жизненного цикла |
| 3. | ОПК-7 | Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности | ОПК-7.1 | Технологии прогнозирования и принципы социальной ответственности для медийных проектов | Оценивать и прогнозировать результаты и эффекты ведения медийных проектов, следуя принципам социальной ответственности | Навыками применения принципов социальной ответственности в ходе реализации медийных проектов |
| 4. | ОПК-7 | Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной от- | ОПК-7.2 | Технологии прогнозирования и принципы социальной ответственности для разрабатываемых | Оценивать и прогнозировать результаты и эффекты медийной работы, следуя принципам соци- | Навыками применения принципов социальной ответственности при разработке и реализа- |

| | | | | | |
|--|---|--|--|-------------------------------|---------------------------------------|
| | <p>ветственности Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности</p> | | <p>коммуникационных решений в сфере рекламы и связей с общественностью</p> | <p>альной ответственности</p> | <p>ции коммуникационного продукта</p> |
|--|---|--|--|-------------------------------|---------------------------------------|

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 2а

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

| Вид учебной работы | Трудоёмкость | |
|---|--------------|----------------------------|
| | час. | В т.ч. по семестрам № 4 |
| Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану | 72 | 72 |
| 1. Контактная работа: | 18,25 | 18,25 |
| Аудиторная работа | | |
| <i>в том числе:</i> | | |
| <i>лекции (Л)</i> | 4 | 4 |
| <i>практические занятия (ПЗ)</i> | 14 | 14 |
| <i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i> | 0,25 | 0,25 |
| 2. Самостоятельная работа (СРС) | 53,75 | 53,75 |
| <i>самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям и т.д.)</i> | 44,75 | 44,75 |
| <i>Подготовка к зачёту (контроль)</i> | 9 | 9 |
| Вид промежуточного контроля: | | зачёт |

4.2 Содержание дисциплины

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 3а

Тематический план учебной дисциплины

| Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо) | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа СР |
|--|-----------|-------------------|-----------|-------------|-------------------------|
| | | Л | ПЗ | ПКР | |
| Раздел 1 «Технологии оценки эффективности рекламы» | 34 | 2 | 6 | | 26 |
| Раздел 2 «Технологии оценки эффективности PR-деятельности» | 37,75 | 2 | 8 | | 27,75 |
| <i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i> | 0,25 | | | 0,25 | |
| Всего за 4 семестр | 72 | 4 | 14 | 0,25 | 53,75 |
| Итого по дисциплине | 72 | 4 | 14 | 0,25 | 53,75 |

Раздел 1. «Технологии оценки эффективности рекламы».

Тема 1. Оценка как способ оптимизации рекламной кампании

Значимость оценки эффективности рекламы. Понятие и составляющие результативности рекламы. Критерии эффективности рекламы. Инструментарий оценки. Коммуникативная эффективность рекламы. Экономическая эффективность рекламы. Методы оценивания рекламной деятельности. Технологии оптимизации рекламной кампании в связи с результатами оценки.

Раздел 2. «Технологии оценки эффективности PR-деятельности».

Тема 2. Оценка как способ оптимизации PR-проектов.

Значимость оценки реализации PR-проектов. Показатели результативности реализации PR-проектов. Ключевые принципы и инструментарий оценки. Методы оценки эффективности реализации PR-проектов. Контент-анализ и

экспертный опрос. Технологии оптимизации реализации PR-проектов в зависимости от полученной оценки.

4.3 Лекции/ практические занятия

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 4а

Содержание лекций/ практических занятий и контрольные мероприятия

| № п/п | Название раздела, темы | № и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий | Формируемые компетенции | Вид контрольного мероприятия | Кол-во часов |
|-------|--|--|--|------------------------------|--------------|
| 1. | Раздел 1. «Технологии оценки эффективности рекламы» | | | | |
| | Тема 1. Оценка как способ оптимизации рекламной кампании | Лекция № 1 Критерии эффективности рекламы | УК-2: УК-2.1; УК-2.2; ОПК-7: ОПК-7.1; ОПК-7.2; | Лекция-диалог | 2 |
| | | Практическое занятие № 1 Коммуникативная эффективность рекламы. | УК-2: УК-2.1; УК-2.2; ОПК-7: ОПК-7.1; ОПК-7.2; | Групповое задание | 2 |
| | | Практическое занятие № 2 Экономическая эффективность рекламы | УК-2: УК-2.1; УК-2.2; ОПК-7: ОПК-7.1; ОПК-7.2; | Групповое задание | 2 |
| | | Практическое занятие № 3 Технологии оптимизации рекламной кампании в связи с результатами оценки | УК-2: УК-2.1; УК-2.2; ОПК-7: ОПК-7.1; ОПК-7.2; | Устный опрос | 2 |
| 2. | Раздел 2. «Технологии оценки эффективности PR-деятельности» | | | | |
| | Тема 2. Оценка как способ оптимизации PR-проектов | Лекция № 2 Показатели результативности реализации PR-проектов | УК-2: УК-2.1; УК-2.2; ОПК-7: ОПК-7.1; ОПК-7.2 | Лекция-диалог | 2 |
| | | Практическое занятие № 4 Ключевые принципы и инструментарий оценки. | УК-2: УК-2.1; УК-2.2; ОПК-7: ОПК-7.1; ОПК-7.2; | Устный опрос | 2 |
| | | Практическое занятие № 5 Методы оценки эффективности реализации PR-проектов. | УК-2: УК-2.1; УК-2.2; ОПК-7: ОПК-7.1; ОПК-7.2; | Устный опрос | 2 |
| | | Практическое занятие № 6 Контент-анализ и экспертный опрос. | УК-2: УК-2.1; УК-2.2; ОПК-7: ОПК-7.1; ОПК-7.2; | Решение кейса | 2 |
| | | Практическое занятие № 7 Технологии оптимизации реализации PR-проектов в зависимости от полученной оценки | УК-2: УК-2.1; УК-2.2; ОПК-7: ОПК-7.1; ОПК-7.2; | Устный опрос | 2 |

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 5а

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

| № п/п | Название раздела, темы | Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения |
|--|--|---|
| Раздел 1. «Технологии оценки эффективности рекламы» | | |
| 1. | Тема 1. Оценка как способ оптимизации рекламной кампании | Критерии эффективности рекламы. Инструментарий оценки. Методы оценивания рекламной деятельности. УК-2: УК-2.1; УК-2.2; ОПК-7: ОПК-7.1; ОПК-7.2; |
| Раздел 2. «Технологии оценки эффективности PR-деятельности» | | |
| 2. | Тема 2. Оценка как способ оптимизации PR-проектов | Способы проведения оценки реализации PR-проектов. Количественные и качественные показатели. Формирование и способы визуализации аналитического контента. УК-2: УК-2.1; УК-2.2; ОПК-7: ОПК-7.1; ОПК-7.2 |

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

| № п/п | Тема и форма занятия | Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения) |
|-------|--|---|
| 1 | Тема 1. Оценка как способ оптимизации рекламной кампании | ПЗ Групповое задание |
| 2 | Тема 1. Оценка как способ оптимизации рекламной кампании | ПЗ Групповое задание |
| 3 | Тема 2. Оценка как способ оптимизации PR-проектов | ПЗ Решение кейса |

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

1) Типовые вопросы для устного опроса.

Практическое занятие № 3. Технологии оптимизации рекламной кампании в связи с результатами оценки.

1. Способы оценки текущей ситуации.
2. Количественные показатели проведения рекламной кампании.
3. Качественные показатели проведения рекламной кампании.
4. Постановка задач оптимизации рекламной кампании.

5. Разработка рекомендаций по оптимизации рекламной кампании.

Практическое занятие № 4. Ключевые принципы и инструментарий оценки.

1. Определение целей проведения оценивания.
2. Определение критериев и параметров оценивания.
3. Специфика процедуры оценивания.
4. Методика оценки результатов рекламной кампании.
5. Формы предоставления результатов оценки.

Практическое занятие № 5. Методы оценки эффективности реализации PR-проектов.

1. Категории и показатели эффективности реализации PR-проектов.
2. Специфика процедуры оценивания.
3. Коммуникативные параметры реализации PR-проектов.
4. Экономические параметры реализации PR-проектов.
5. Технологические параметры реализации PR-проектов.

Практическое занятие № 7. Технологии оптимизации реализации PR-проектов в зависимости от полученной оценки.

1. Способы управления аналитическими данными.
2. Показатели оптимизации реализации PR-проектов.
3. Комплекс мер по улучшению коммуникативных параметров реализации PR-проектов.
4. Комплекс мер по улучшению экономических параметров реализации PR-проектов.
5. Комплекс мер по улучшению технологических параметров реализации PR-проектов.

- 2) Типовые групповые задания.

Практическое занятие № 1. Коммуникативная эффективность рекламы.

Вы провели кампанию рекламного продвижения интернет-сообщества аграрной тематики с целью привлечения как можно большего количества подписчиков. Проведите анализ результативности рекламной кампании.

Практическое занятие № 2. Экономическая эффективность рекламы.

Вы провели кампанию рекламного продвижения мясной фермерской продукции. Оцените экономическую эффективность с помощью анализа реакции потребителей на рекламные мероприятия.

- 3) Типовые решения кейса.

Практическое занятие № 6. Контент-анализ и экспертный опрос.

Проведите контент-анализ проведенной пресс-конференции с участием 40 журналистов федеральных СМИ, исходя из данных изменения состояния информационного поля.

- 4) Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию (зачет)
1. Предмет и аналитические показатели в рекламном продвижении онлайн.
 2. Предмет и аналитические показатели в рекламном продвижении оф-флайн.
 3. Инструменты анализа эффективности рекламной кампании онлайн.
 4. Реакция потребителей на рекламные мероприятия как аналитический показатель.
 5. Показатели экономической эффективности рекламы.
 6. Показатели эффективности психологического воздействия рекламы.
 7. Коммуникационный аудит на этапе планирования PR кампании.
 8. Коммуникационный аудит на этапе реализации PR кампании.
 9. Количественные показатели оценки проведения PR кампаний.
 10. Качественные показатели оценки проведения PR кампаний.
 11. Экономические показатели оценки проведения PR кампаний.
 12. Технологические показатели оценки проведения PR кампаний.
 13. Специфика контент-анализа как метода проведения оценки PR кампаний.
 14. Специфика метода экспертного опроса в проведении оценки PR кампаний.
 15. Приемы оптимизации рекламной кампании онлайн.
 16. Приемы оптимизации рекламной кампании оффлайн.
 17. Приемы оптимизации качественных показателей проведения PR кампаний.
 18. Приемы оптимизации количественных показателей проведения PR кампаний.
 19. Приемы оптимизации экономических показателей оценки проведения PR кампаний.
 20. Приемы оптимизации технологических показателей оценки проведения PR кампаний.
 21. Приемы оптимизации экономической эффективности рекламы.
 22. Приемы оптимизации показателей психологического воздействия рекламы.

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине применяется **балльно-рейтинговая** система контроля и оценки успеваемости студентов.

Балльная структура и шкала оценок, баллы

| Вид аттестации | № семестр | Примечание |
|-------------------------------------|------------------|----------------------------|
| Внутрисеместровые аттестации: | 4 | |
| Посещение лекций - 4 | 16 | 4,0 балл за каждое занятие |
| Посещение практических занятий - 14 | 42 | 3,0 балл за каждое занятие |

| Вид аттестации | № се-мestр | Примечание |
|----------------------------------|-------------------|---------------------------|
| Активная работа на занятиях - 14 | 42 | 3 балла за каждое занятие |
| Всего 100 | 100 | |
| Максимальная сумма баллов: | | $S = 32 + 34 + 34 = 100$ |

В конце семестра набранные студентом баллы суммируются, и принимается решение о допуске студента к итоговому контролю (зачету) или освобождении от его сдачи.

По набранным баллам студент может получить следующие оценки по дисциплине без прохождения итогового контроля.

Таблица 7

| Шкала оценивания | Экзамен/ Зачет с оценкой | Зачет |
|-------------------------|-------------------------------------|--------------|
| 85-100 | Отлично | зачет |
| 70-84 | Хорошо | |
| 60-69 | Удовлетворительно | |
| 0-59 | Неудовлетворительно | незачет |

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Данилов В.А. Психология воздействия рекламы и PR в массовых коммуникациях. Учеб.пос.-М.: МСХА, 2016.
2. Жильцова О.Н. и др. Рекламная деятельность. Учебник и практикум.- М.: Юрайт, 2019.-233 с.

7.2 Дополнительная литература

1. Антонова Н.В. Психология массовых коммуникаций. Гриф. Учебник и практикум д/академич. бакалавриата. – М.: Юрайт, 2015
2. Антонова Н.В., Патоша О.И. Психология потребительского поведения, рекламы и PR. Учеб. пос. – М.: Инфра-М, 2019.-325 с.
3. Коноваленко М.Ю. Теория коммуникации. Учебник. Гриф. – М.: Юрайт, 2015.
4. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR. Учеб. пос. – М.: Дашков и К, 2015.

7.3 Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации: 12 декабря 1993 г. Офиц. текст с поправками. Историко-правовой комментарий / [авт. историко-правового комментария Б.А. Страшун] – М.: Омега-Л, 2011.

2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе». [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс»: [сайт].
RL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

7.4 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

Теоретические занятия проводятся в формате лекции-диалога.

1. Лекция-диалог предполагает вовлечение в коммуникацию учащихся, и в этом случае средствами активизации выступают отдельные вопросы к аудитории, организация дискуссии, создание условий для возникновения альтернатив. Преимущества данного формата лекции в том, что она привлекает внимание слушателей к наиболее важным вопросам темы, определяет содержание, методы и темп изложения учебного материала с учетом особенностей аудитории.

Практические занятия проводятся в формате устного опроса, группового задания, решения кейса.

1. Устный опрос позволяет не только опрашивать и контролировать знания учащихся, но и сразу же поправлять, повторять и закреплять изученный материал. Преимуществом данной формы контроля является то, что она позволяет поддерживать контакт с учащимися, развивает устную речь и навыки выступления перед аудиторией, заставляет работать в быстром темпе.
2. Групповое задание способствует продуктивному взаимодействию учащихся, развитию способности видеть и оценивать позицию другого, формировать собственную точку зрения и уметь ее отстаивать. Преимущество группового задания в том, что оно направлено не только на развитие интеллекта, но и на развитие необходимых умений и навыков межличностного взаимодействия, творческих способностей.
3. Решение кейса включает разбор конкретной ситуации, в т.ч. ее анализ и нахождение конкретного решения. Данный вид практических занятий позволяет применить теоретические знания к решению практических задач и дает более широкое представление об изучаемых технологиях и процессах, обеспечивает более эффективное усвоение материала за счет высокой эмоциональной вовлеченности и активного участия учащихся.

Методические материалы к используемым в образовательном процессе техническим средствам и информационно-коммуникационным технологиям:

1. презентации с информацией из открытых источников по темам занятий.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/> (открытый доступ).
2. Информационный портал Sostav <https://www.sostav.ru/> (открытый доступ).

3. Информационный портал «PR-Life» <https://pr-life.ru/> (открытый доступ).

9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Не предусмотрено.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Таблица 10

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории) | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы |
|---|---|
| 1 | 2 |
| 6 корпус, 248 аудитория | 1. Доска школьная 1-эл 170x100 магнитно-меловая ин. № 598946 2. Стол аудиторный ин. № 558588, 18 шт. 3. Стол ученический ин. № 558591, 36 шт. 4. Стол для преподавателя ин. № 558592/2, 1 шт. 5. Стул ИЗО ин. № 558590, 1 шт. |
| 6 корпус, 249 аудитория | 1. Доска школьная 1-эл 170x100 магнитно-меловая ин. № 598947 2. Стул лекционный ИСЦ с откидным столиком и пюпитром, 24 шт. 3. Стул ISO хром (т.-серый), 1 шт. 4. Стол переговорный 220x120x76+2 сектора+4опоры ин. № 598951, 1 шт. 5. Стол письменный ин. № 554542, 1 шт. |
| 6 корпус, 250 аудитория | 1. Парты 18 шт. 2. Стулья 24 шт. 3. Скамейки 10 шт. 4. Доска маркерная 1 шт. 5. Системный блок 1 шт. (ин. № 55877/26) 6. Монитор 1 шт. (ин. № 55877/26) 7. Мультимедийный проектор 1 шт. (ин. № 558359/1) 8. Доска белая 1 шт. (ин. № 558762/2) |
| Центральная научная библиотека имени Н.И. Железнова (читальные залы библиотеки) | 9 читальных залов (5 компьютеризированных), организованных по принципу открытого доступа и оснащенных WiFi, Интернет-доступом |
| Общежитие № 9 | Комната для самоподготовки |

11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

Учебный процесс по изучению дисциплины представляет собой лекционные, практические занятия и самостоятельную работу студентов. На лекционных занятиях рассматривается материал по основным разделам дисциплины.

На практических занятиях бакалавры выполняют практические задания, разбирая на конкретных примерах эффективность практического применения коммуникационных технологий, приемов, методов и инструментов.

Учебным планом предусмотрена внеаудиторная работа студентов, которая заключается в изучении тем, вынесенных на самостоятельное изучение. Применительно к читаемому лекционному курсу, самостоятельная аудиторная работа заключается в повторении и более глубоком изучении освещаемых на лекциях проблем и вопросов в первую очередь по конспектам, составленным студентом в ходе занятий. Основными способами подготовки студентов являются: работа с учебниками, учебными пособиями, справочниками, электронными источниками, кейсами, изучение и конспектирование научных монографий, статей, а также статей из периодических изданий по специальности.

Наибольшую сложность вызывают технологии оптимизации рекламной кампании и PR-проектов. В этом случае теоретические положения максимально дополняются выполнением практических заданий, в основе которых лежит реальный практический опыт коммуникационной деятельности.

При самостоятельном изучении разделов и тем учебной дисциплины важно правильно организовать работу: перед выполнением практических заданий следует сначала проработать лекционный материал, затем изучить материал учебника и учебного пособия, после этого ознакомиться с методическими рекомендациями по темам курса и только затем приступить к выполнению письменных или устных практических заданий.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, пропустивший занятия, обязан предоставить конспект материалов по теме пропущенных занятий и ответить по нему на вопросы.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

В процессе преподавания данной дисциплины представляется необходимым системно раскрыть содержание каждого раздела, помочь овладеть учебным материалом, привить навыки и умения по изучаемой дисциплине.

Специфика дисциплины в изучении предмета, технологий и инструментария оценки эффективности реализации различных форматов коммуникационной деятельности, а также способов оптимизации этой деятельности в зависимости от результатов оценки.

В рамках данного курса целесообразно использовать различные образовательные технологии в активной и интерактивной формах, а также обучение на основе конкретных кейсов.

Проведение практических занятий целесообразно организовать в форме традиционного комбинированного урока, в форме семинара, беседы, дискуссии в зависимости от дидактических целей.

Для самостоятельной работы бакалавров предусмотрены и вопросы, которые направлены на углубленное изучение основных разделов учебной дисциплины. Перечень вопросов целесообразно предложить бакалаврам в начале семестра, чтобы они имели достаточно времени для самоподготовки.

При всем разнообразии методов и организационных форм обучения преподаватель должен использовать различные формы контроля знаний, которые позволяют оценить методы преподавания, увидеть их сильные и слабые стороны, выбрать оптимальные варианты обучающей деятельности.

Программу разработал (и):

Симакова М.С., к.ф.н., доцент

(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины «Оценка эффективности в РиСО» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направлен- ность Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК) (квалификация выпускника – магистр)

Оришевым Александром Борисовичем, доктором исторических наук, доцентом, зав. кафедрой истории (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Оценка эффективности в РиСО» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (магистратура) разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре связей с общественностью и речевой коммуникации (Симакова М.С., доцент, кандидат филологических наук).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Оценка эффективности в РиСО» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к базовой части учебного цикла – Б1.

3. Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Оценка эффективности в РиСО» закреплено 4 компетенции. Дисциплина «Оценка эффективности в РиСО» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях.

5. Результаты обучения, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

6. Общая трудоёмкость дисциплины «Оценка эффективности в РиСО» составляет 2 зачётных единицы (72 часа).

7. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Оценка эффективности в РиСО» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и возможность дублирования в содержании отсутствует.

8. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

9. Программа дисциплины «Оценка эффективности в РиСО» предполагает 3 занятия в интерактивной форме.

10. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

11. Представленные и описанные в Программе формы текущей оценки знаний (устный опрос, групповое задание, решение кейса), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины базовой части учебного цикла – Б1 ФГОС ВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

12. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

13. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 2 источника (базовый учебник), дополнительной литературой – 4 наименования, Интернет-ресурсы – 3 источника и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

14. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Оценка эффективности в РиСО» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

15. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Оценка эффективности в РиСО».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Оценка эффективности в РиСО» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (квалификация выпускника – магистр), разработанная Симаковой М.С., доцентом, кандидатом филологических наук, соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Оришев А.Б., д.и.н., доцент, зав. кафедрой истории _____

(подпись)

« _____ » _____ 20__ г.