

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

**ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**  
Кафедра маркетинга и рекламы

## **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Управление брендом в рекламе и связях с общественностью**

**Уровень квалификации выпускника - магистр**

Форма обучения – очная, очно-заочная, заочная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2019

Оценка эффективности коммуникационных кампаний  
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Старший преподаватель Балдин Е.В.

.....

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры маркетинга и рекламы  
№11 от 19.06.2019

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка .....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины .....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций .....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	5
2. Структура дисциплины .....	6
3. Содержание дисциплины .....	9
4. Образовательные технологии .....	10
5. Оценка планируемых результатов обучения .....	10
5.1. Система оценивания .....	10
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине .....	11
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	12
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	13
6.1. Список источников и литературы .....	13
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ..	14
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	14
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов .....	15
9. Методические материалы .....	16
9.1. Планы семинарских/ практических занятий .....	16
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ .....	18
Приложения .....	20
Приложение 1. Аннотация дисциплины .....	20
Приложение 2 ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ .....	22

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** – дать студентам глубокие фундаментальные теоретические и практические знания, умения и навыки связей с общественностью (СО) в профессиональной сфере, подготовить магистра, обладающего знаниями о процессах рекламной деятельности и СО и профессиональными компетенциями, необходимыми для осуществления деятельности в данной сфере.

#### Задачи дисциплины:

- обучение современным подходам, формам и методам анализа эффективности коммуникационной кампании;
- подготовка профессионалов, способных на основе полученных знаний творчески и оперативно принимать обоснованные решения по вопросам анализа эффективности кампании.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.5 демонстрирует способность нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива	Знать: виды планов и особенности их реализации; особенности планирования коммуникационных кампаний; Уметь: разрабатывать планы коммуникационных кампаний; планировать и распределять ресурсы проекта по основным этапам реализации плана; Владеть: навыками прогнозирования рисков при планировании коммуникационных проектов;
ПК-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-2.1 отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике  ПК-2.2 проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с	Знать: особенности управления коммуникационным проектом на различных этапах жизненного цикла; основные требования к целям; специфику целеполагания при планировании коммуникационных кампаний. Уметь: прогнозировать изменения в управлении этапами коммуникационной кампании; формулировать цели коммуникационных кампаний; Владеть: навыками изменения планов в зависимости от этапа жизненного цикла коммуникационной кампании; навыками практического

	общественностью	применения изученных подходов к формированию целей коммуникационных проектов.
--	-----------------	---

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

- Медиалогия
- Экономика деятельности коммуникационных агентств
- Бренд-менеджмент
- Управление интернет-коммуникациями
- Коммуникационный менеджмент

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик

- Преддипломная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

## 2. Структура дисциплины

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 20 ч., самостоятельная работа обучающихся 52 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			контактная					Самостоятель- ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия	Промежуточ- ная аттестация		
1.	Понятие эффективности коммуникации, ее виды	2	2	2				12	Семинар по теме
2.	Медийная (аудиторная) эффективность кампаний и ее оценка	2	2	2				16	Семинар по теме
3.	Коммуникационная эффективность кампаний и ее оценка	2	2	4				16	Семинар по теме
4.	Экономическая эффективность кампаний и ее оценка	2	2	4				8	Контрольный опрос
	Промежуточная аттестация	2							Зачет
	итоги:		8	12				52	

### Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 16 ч., самостоятельная работа обучающихся 56 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
			контактная					Самостоятель- ная работа		
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия	Промежуточ- ная аттестация			
1.	Понятие эффективности коммуникации, ее виды	2	4	2				12	Семинар по теме	
2.	Медийная (аудиторная) эффективность кампаний и ее оценка	2		2				16	Семинар по теме	
3.	Коммуникационная эффективность кампаний и ее оценка	2		4				16	Семинар по теме	
4.	Экономическая эффективность кампаний и ее оценка	2		4				12	Контрольный опрос	
	Промежуточная аттестация	2							Зачет	
	итога:		4	12				56		

### Структура дисциплины для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 8 ч., самостоятельная работа обучающихся 64 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			контактная					Самостоятель- ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия	Промежуточ- ная аттестация		
1.	Понятие эффективности коммуникации, ее виды	1	2	1				12	Семинар по теме
2.	Медийная (аудиторная) эффективность кампаний и ее оценка	1		1				18	Семинар по теме
3.	Коммуникационная эффективность кампаний и ее оценка	1	2	1				18	Семинар по теме
4.	Экономическая эффективность кампаний и ее оценка	1		1				16	Контрольный опрос
	Промежуточная аттестация	1							Зачет
	итоги:		4	4				64	

### 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Понятие эффективности коммуникации, ее виды	<p>Понятие и сущность коммуникационной кампании. Стратегия и элементы коммуникационной кампании. Маркетинговые коммуникация, реклама и promotion как их ключевые элементы.</p> <p>Цели и задачи проведения рекламных мероприятий.</p> <p>Определение эффективности маркетинговых коммуникаций и рекламы в частности. Медийная (аудиторная), коммуникационная (психологическая) эффективность и экономическая эффективность коммуникации, их взаимодействие</p>
2	Медийная (аудиторная) эффективность кампаний и ее оценка	<p>Понятие медийной эффективности кампаний. Методы численной оценки медийной эффективности рекламы.</p> <p>Оценочные методы измерения эффективности рекламы. Ключевые параметры, подлежащие анализу при оценке коммуникационной эффективности (GRP/TRP, reach, frequency, affinity index и пр.). Финансовые показатели, характеризующие базовую эффективность рекламных инвестиций (cost per point, cost per thousand и т.д.). Специфика оценки ключевых параметров медийной эффективности в различных СМИ.</p>
3	Коммуникационная эффективность кампаний и ее оценка	<p>Понятие коммуникационной эффективности кампаний. Методы численной оценки коммуникационной эффективности рекламы. Оценочные методы измерения эффективности рекламы. Ключевые параметры, подлежащие анализу при оценке коммуникационной эффективности.</p> <p>Оценка коммуникационной эффективности рекламной кампании на основе тестирования рынка до её начала (пре-тест) и в период её проведения (пост-тест).</p> <p>Оценка эффективности креативных решений.</p> <p>Специфика оценки коммуникационной эффективности в разных каналах коммуникации (ТВ, пресса, радио, Интернет и другие).</p> <p>Основные методики оценки коммуникационной эффективности кампаний (качественные и количественные).</p> <p>Преимущества и недостатки основных методов опросов.</p>
4	Экономическая эффективность кампаний и ее оценка	<p>Понятие экономической эффективности кампаний. Методы численной оценки экономической эффективности рекламы.</p> <p>Оценочные методы измерения эффективности рекламы. Ключевые параметры, подлежащие анализу при оценке экономической эффективности. Отдача от рекламных инвестиций (ROI) как ключевой показатель.</p> <p>Методы оценки экономической эффективности, эконометрическое моделирование как ключевой метод.</p> <p>Корреляционный и регрессионный анализ. Временные ряды как инструмент анализа динамических систем.</p>

#### 4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Понятие эффективности коммуникации, ее виды	Лекция 1 Семинар 1	Вводная лекция с использованием видеоматериалов  Развернутая беседа с обсуждением доклада
2.	Медийная (аудиторная) эффективность кампаний и ее оценка	Семинар 2	Развернутая беседа с обсуждением доклада
3.	Коммуникационная эффективность кампаний и ее оценка	Семинар 3	Развернутая беседа с обсуждением доклада  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
4.	Экономическая эффективность кампаний и ее оценка	Семинар 4	Развернутая беседа с обсуждением доклада  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

#### 5. Оценка планируемых результатов обучения

##### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-2)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 3-4)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация (зачет)		40 баллов
<b>Итого за семестр</b>		<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B

68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Компетенции: УК-3.5; ПК-2.1; ПК-2.2

#### КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:

1. Какие факторы обычно используются для оценки эффективности (аудиторные и финансовые)?
2. Какие факторы обычно используются для оценки медийной эффективности (аудиторные и финансовые)?
3. Какие факторы обычно используются для оценки коммуникационной эффективности (аудиторные и финансовые)?
4. Какие методики могут использоваться для оценки эффективности?
5. Каковы основные принципы выбора факторов оценки эффективности в зависимости от задачи?
6. Какие выводы можно сделать на основании базового анализа медийной эффективности?
7. Какие выводы можно сделать на основании базового анализа коммуникационной эффективности?
8. Что может служить основанием для выбора конкретной методики количественного исследования?
9. Как можно оценить эффективность креативного решения в контексте задач коммуникации?
10. Какие факторы обычно используются для оценки экономической эффективности?
11. Какие выводы можно сделать на основании базового анализа экономической эффективности?

12. Какими методами можно пользоваться для оценки эффективности вложений в рекламу?

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Список источников и литературы

#### *Источники:*

##### *Основные:*

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. I, II, III. – М.: «Инфра-М», 2007. – 496 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=122306>
2. Закон РФ от 23 сентября 1992 г. №3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и знаках страны происхождения товаров». Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_996/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_996/)
3. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе». Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)

##### *Дополнительные:*

4. Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. №948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (в ред. Закона РФ от 02 февраля 2006 г. №019-ФЗ). Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_51/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51/)
5. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей» (с изменениями от 02.06.1993 г., 09.01.1996 г., 17.12.1999 г., 30.12.2001 г., 22.08, 02.11, 21.12.2004 г., 27.07.2006 г., 25.11.2006 г., 25.10.2007 г.). Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)

#### *Литература:*

##### *Основная:*

6. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — DOI: <https://doi.org/10.12737/17067>. - ISBN 978-5-16-105904-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/910391>
7. Пономарева, А. М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - Москва : ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с. (Высшее образование: Магистратура) ISBN 978-5-369-01531-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/543676>
8. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Егорова Е.С. - Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с.: ISBN 978-5-9729-0217-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/989613>
9. Осипова, Е. А. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства : монография / Е. А. Осипова. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. - ISBN 978-5-16-103663-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/523516>

##### *Дополнительная:*

10. Трегуб, И. В. Имитационные модели принятия решений : учебное пособие / И.В. Трегуб, Т.А. Горошникова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 193 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1030572. - ISBN 978-5-16-107845-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1030572>

11. Шунейко, А. А. Коммуникативный менеджмент : учеб. пособие. / А.А. Шунейко, И.А. Авдеенко. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 176 с. - ISBN 978-5-16-104253-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/995613>

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2019 г.)

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины **необходимы:**

- демонстрационные приборы для лекций,
- мультимедийные средства для презентаций докладов и рефератов.

Требования к аудиториям:

- для проведения семинаров необходимы компьютерные классы,
- для лекций и семинаров в аудитории необходимы: оборудование для письма, оборудование для показа слайдов и персональные компьютеры.

Состав программного обеспечения (ПО) (2019 г.)

Перечень ПО

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное

4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

### 9.1. Планы семинарских/ практических занятий

#### **Тема №1 Понятие эффективности коммуникации, ее виды**

**Цель занятия:** ознакомиться с базовыми принципами оценки эффективности кампаний, понять, по каким направлениям она может проводиться, каковы основные параметры, которые участвуют в оценке, научиться анализировать результаты и делать выводы на их основании.

**Форма проведения** – семинар по теме

Вопросы для обсуждения:

1. Основные параметры, используемые для оценки эффективности
2. Выбора параметров в зависимости от задач кампании
3. Источники данных
4. Методики проведения дополнительных исследований и подходы к анализу результирующих данных
5. Отчетность и рекомендации

**Контрольные вопросы по теме:**

1. Какие факторы обычно используются для оценки эффективности (аудиторные и финансовые)?
2. Какие методики могут использоваться для оценки эффективности?
3. Каковы основные принципы выбора факторов оценки эффективности в зависимости от задачи?
4. Какие выводы можно сделать на основании базового анализа эффективности?

**Материально-техническое обеспечение занятия:** компьютер, электронная доска и проектор.

**Тема №2 : Медийная (аудиторная) эффективность кампаний и ее оценка**

**Цель занятия:** ознакомиться с базовыми принципами оценки медийной эффективности кампаний, научиться анализировать результаты и делать выводы на их основании.

**Форма проведения** – семинар по теме

**Вопросы для обсуждения:**

1. Основные параметры, используемые для оценки медийной эффективности
2. Выбора параметров в зависимости от задач кампании
3. Источники данных
4. Методики проведения дополнительных исследований и подходы к анализу результирующих данных
5. Отчетность и рекомендации

**Контрольные вопросы по теме:**

1. Какие факторы обычно используются для оценки медийной эффективности (аудиторные и финансовые)?
2. Каковы основные принципы выбора факторов оценки эффективности в зависимости от задачи?
3. Какие выводы можно сделать на основании базового анализа медийной эффективности?

**Материально-техническое обеспечение занятия:** компьютер, электронная доска и проектор.

**Тема №3 : Коммуникационная эффективность кампаний и ее оценка**

**Цель занятия:** ознакомиться с базовыми принципами оценки коммуникационной эффективности кампаний, научиться анализировать результаты и делать выводы на их основании

**Форма проведения** – семинар по теме

**Вопросы для обсуждения:**

1. Основные параметры, используемые для оценки коммуникационной эффективности
2. Выбора параметров в зависимости от задач кампании
3. Источники данных
4. Методики проведения дополнительных исследований и подходы к анализу результирующих данных
5. Отчетность и рекомендации

**Контрольные вопросы по теме:**

1. Какие факторы обычно используются для оценки коммуникационной эффективности (аудиторные и финансовые)?
2. Каковы основные принципы выбора факторов оценки эффективности в зависимости от задачи?
3. Какие выводы можно сделать на основании базового анализа коммуникационной эффективности?

4. Что может служить основанием для выбора конкретной методики количественного исследования?
5. Как можно оценить эффективность креативного решения в контексте задач коммуникации?

**Материально-техническое обеспечение занятия:** компьютер, электронная доска и проектор.

#### **Тема №4 : Экономическая эффективность кампаний и ее оценка**

**Цель занятия:** ознакомиться с базовыми принципами оценки экономической эффективности кампаний, научиться анализировать результаты и делать выводы на их основании

**Форма проведения** - семинар по теме

**Вопросы для обсуждения:**

1. Основные параметры, используемые для оценки экономической эффективности
2. Выбор параметров в зависимости от задач кампании
3. Источники данных
4. Методики проведения дополнительных исследований и подходы к анализу результирующих данных
5. Отчетность и рекомендации

**Контрольные вопросы по теме:**

1. Какие факторы обычно используются для оценки экономической эффективности?
2. Каковы основные принципы выбора факторов оценки эффективности в зависимости от задачи?
3. Какие выводы можно сделать на основании базового анализа экономической эффективности?
4. Какими методами можно пользоваться для оценки эффективности вложений в рекламу?

**Материально-техническое обеспечение занятия:** компьютер, электронная доска и проектор

## 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Научное сообщение на базе доклада или реферата является самостоятельной работой студента и подводит итоги его теоретической и практической подготовки по изучаемой дисциплине. При подготовке научного доклада обучающийся должен показать свои способности и возможности по решению реальных проблем, используя полученные в процессе обучения знания. Методические указания позволяют обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, качеству и оформлению письменных работ.

При выполнении письменных работ используются все знания, полученные студентами в ходе освоения дисциплины; закрепляются навыки оформления результатов учебно-исследовательской работы; выявляются умения четко формулировать и аргументировано обосновывать предложения и рекомендации по выбранной теме.

Выполнение работы предполагает консультационную помощь со стороны преподавателя. В ходе выполнения работы студент должен показать, в какой мере он овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, научился ставить научно-исследовательские проблемы, делать выводы и обобщать полученные результаты.

Подготовка письменной работы имеет целью:

- закрепление навыков научного исследования;
- овладение методикой исследования;
- углубление теоретических знаний в применении к конкретному исследованию;
- применение знаний при решении конкретных задач управленческой деятельности;

- выяснение подготовленности студента к самостоятельному решению проблем, связанных с дисциплиной.

*Общие требования.*

Для успешного и качественного выполнения письменной научной работы студенту необходимо:

- иметь знания по изучаемой дисциплине в объеме программы РГГУ;
- владеть методами научного исследования;
- уметь использовать современные средства вычислительной техники, в первую очередь персональные компьютеры как в процессе выполнения, так и в процессе оформления работы;
- свободно ориентироваться при подборе различных источников информации и уметь работать со специальной литературой;
- уметь логично, грамотно и научно обоснованно формулировать теоретические и практические рекомендации, результаты анализа;
- квалифицированно оформлять графический материал, иллюстрирующий содержание работы.

Являясь законченной самостоятельной научно-исследовательской разработкой студента, письменная работа должна отвечать основным требованиям:

1. Актуальность темы исследования.
2. Предметность, конкретность и обоснованность выводов о состоянии разработки поставленной проблемы.
3. Соответствие уровня разработки темы современному уровню научных разработок, методических положений и рекомендаций, отраженных в соответствующей литературе.

Темы письменных работ формулируются на основе Примерной тематики, представленной в разделе 5.3. настоящей Рабочей программы.

Предлагаемая обучающимся тематика работ является примерной и не исключает возможности выполнения работы по проблемам, предложенным студентом. При этом тема должна быть согласована с преподавателем. При выборе темы необходимо учитывать, в какой мере разрабатываемые вопросы обеспечены исходными данными, литературными источниками, соответствуют индивидуальным способностям и интересам обучающегося.

*Требования к содержанию и структуре текста*

Предлагаемая примерная тематика охватывает широкий круг вопросов. Поэтому структура каждой работы должна уточняться студентом с преподавателем, исходя из научных интересов студента, степени проработанности данной темы в литературе, наличия информации и т.п.

Каждая письменная научная работа должна иметь:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- главы и/или параграфы;
- заключение;
- список использованных источников и литературы.

### Приложение 1. Аннотация дисциплины

Дисциплина «Оценка эффективности коммуникационных кампаний» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой маркетинга и рекламы.

**Цель дисциплины** – дать студентам глубокие фундаментальные теоретические и практические знания, умения и навыки связей с общественностью (СО) в профессиональной сфере, подготовить магистра, обладающего знаниями о процессах рекламной деятельности и СО и профессиональными компетенциями, необходимыми для осуществления деятельности в данной сфере.

**Задачи дисциплины:**

- обучение современным подходам, формам и методам анализа эффективности кампании;
- подготовка профессионалов, способных на основе полученных знаний творчески и оперативно принимать обоснованные решения по вопросам анализа эффективности кампании.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

<b>Компетенция</b> (код и наименование)	<b>Индикаторы компетенций</b> (код и наименование)	<b>Результаты обучения</b>
УК-3                      Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.5 демонстрирует способность нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива	Знать: виды планов и особенности их реализации; особенности планирования коммуникационных кампаний;  Уметь: разрабатывать планы коммуникационных кампаний; планировать и распределять ресурсы проекта по основным этапам реализации плана;  Владеть: навыками прогнозирования рисков при планировании коммуникационных проектов;
ПК-2                      Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сфер	ПК-2.1 отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике	Знать: особенности управления коммуникационным проектом на различных этапах жизненного цикла;  основные требования к целям; специфику целеполагания при планировании коммуникационных кампаний.  Уметь: прогнозировать изменения в управлении

	ПК-2.2 проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>этапами коммуникационной кампании;</p> <p>формулировать цели коммуникационных кампаний;</p> <p>Владеть: навыками изменения планов в зависимости от этапа жизненного цикла коммуникационной кампании;</p> <p>навыками практического применения изученных подходов к формированию целей коммуникационных проектов.</p>
--	---	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- основные подходы к изучению анализа эффективности коммуникационных кампаний.

**Уметь:**

- принимать обоснованные решения по вопросам организации и реализации рекламной и PR деятельности в профессиональной сфере

**Владеть:**

- методами профессиональной оценки альтернативных вариантов в профессиональной сфере выбора оптимального из них в зависимости от конкретных рыночных условий.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

**Приложение 2 ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ**

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1	27.05.2020	<b>10</b>

**1. Структура дисциплины (к п. 2 РПД на 2020)****Структура дисциплины для очной формы обучения**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 76 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 20 ч., самостоятельная работа обучающихся 56 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			контактная					Самостоятель- ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия	Промежуточ- ная аттестация		
5.	Понятие эффективности коммуникации, ее виды	2	2	2				12	Семинар по теме
6.	Медийная (аудиторная) эффективность кампаний и ее оценка	2	2	2				16	Семинар по теме
7.	Коммуникационная эффективность кампаний и ее оценка	2	2	4				16	Семинар по теме
8.	Экономическая эффективность кампаний и ее оценка	2	2	4				12	Контрольный опрос
	Промежуточная аттестация	2							Зачет
	итого:		8	12				56	

**Структура дисциплины для заочной формы обучения**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 76 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 8 ч., самостоятельная работа обучающихся 68 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			контактная					Самостоятель- ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия	Промежуточ- ная аттестация		
5.	Понятие эффективности коммуникации, ее виды	1	2	1				12	Семинар по теме

6.	Медийная (аудиторная) эффективность кампаний и ее оценка	1		1				18	Семинар по теме
7.	Коммуникационная эффективность кампаний и ее оценка	1	2	1				18	Семинар по теме
8.	Экономическая эффективность кампаний и ее оценка	1		1				20	Контрольный опрос
	Промежуточная аттестация	1							Зачет
	итого:		4	4				68	

## 2. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

## 3. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

## 4. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное