

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГАОУ ВО "РГУГУ")**

Институт Массмедиа и рекламы
Факультет рекламы и связей с общественностью
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

Эффективность коммуникационной деятельности

Рабочая программа дисциплины

по направлению подготовки

42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность подготовки «Управление брендом в рекламе
и связях с общественностью»

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения – очная, очно-заочная, заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Эффективность коммуникационной деятельности

Рабочая программа дисциплины

Составитель: к.э.н., Савельева Е.Ю.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы
№ 6 от 30.10.2024

Оглавление

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	5
2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	8
5. ОЦЕНКА ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ.....	9
5.1. Система оценивания.....	9
5.2. Критерии выставления оценок.....	10
5.3. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.....	12
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
6.1. Список источников и литературы.....	13
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины (модуля).....	14
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	14
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	15
8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	15
- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.....	17
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ.....	17
9.1. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРОВ) РАБОТ.....	17
9.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	21
9.3. Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	23
Приложение 1 АННОТАЦИЯ.....	27

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: овладение студентами инструментарием применения инновационному анализу рекламных кампаний разного типа на разном этапе жизненного цикла в целях обеспечения эффективности профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- выработать навыки использования современной проектной деятельностью в области разработки и реализации рекламных кампаний для решения профессиональных задач;
- научить практическим навыкам проектной деятельности в области разработки и реализации рекламных кампаний;
- ознакомить с видами эффективности рекламных кампаний и использовать различные методы оценки рекламных кампаний;
- ознакомить с инструментарием тестирования рекламных продуктов в рамках проведения рекламных кампаний.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
УК – 2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК – 2.6 представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу	<i>Знать: понятие и сущность проекта, включая исследовательскую работу</i> <i>Уметь: самостоятельно разрабатывать проекты любого типа</i> <i>Владеть: навыками самостоятельной защиты разработанных проектов любого типа</i>
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК - 3.4 принимает управленческие решения в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений	<i>Знать: понятия риска, неопределенности, нестандартных ситуаций</i> <i>Уметь: оценивать уровни риска и неопределенности в нестандартных ситуациях; учитывать наличие различных мнений</i> <i>Владеть: навыками принятия управленческих решений в сложных ситуациях</i>
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	<i>Знать: основные аналитические методы и инструменты для оценки эффективности коммуникационной стратегии и коммуникационного проекта</i> <i>Уметь: отбирать аналитические методы и инструменты, соответствующие поставленной задаче</i> <i>Владеть: навыками применения на практике аналитических методов и инструментов для оценки эффективности в коммуникационной сфере</i>

	ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	<i>Знать: методы ситуационного анализа в сфере рекламы и связей с общественностью</i> <i>Уметь: разрабатывать проекты и кампании в сфере РИСО</i> <i>Владеть: навыками проведения ситуационного анализа и разработки проектов и кампаний в сфере РИСО</i>
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3.4 интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	<i>Знать: понятие и сущность интегрированных коммуникаций</i> <i>Уметь: интегрировать коммуникации для реализации коммуникационной стратегии</i> <i>Владеть: навыками эффективной реализации коммуникационной стратегии</i>
ПК-5 Способен проводить научную и исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-5.3. получает, интерпретирует и представляет результаты исследования; на основе результатов составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	<i>Знать: методы сбора, анализа и интерпретации информации в процессе проведения исследований</i> <i>Уметь: использовать результаты исследований для прогнозирования тенденций коммуникационной сферы</i> <i>Владеть: навыками составления практических рекомендаций на основе проведенных исследований</i>

1.2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Эффективность коммуникационной деятельности» относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность подготовки «Управление брендом в рекламе и связях с общественностью» и проводится в 2 семестре.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: высшее образование (бакалавриат или специалитет)

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Управление коммуникационным агентством, Медиалогия, Нейромаркетинговые технологии, Аудит бренда, Интегрированные бренд-коммуникации, Продвижение бренда в социальных сетях, производственная

практика (профессионально-творческая), производственная практика (научно-исследовательская работа), производственная практика (преддипломная).

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Се- местр	Тип учебных занятий	Количе- ство часов
1	Лекции	10
1	Семинары/лабораторные работы	20
Всего:		30

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 78 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Се-	Тип учебных занятий	Количе-
-----	---------------------	---------

местр		ство часов
1	Лекции	8
1	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа(ов).

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Се- местр	Тип учебных занятий	Количе- ство часов
1	Лекции	4
1	Семинары/лабораторные работы	4
Всего:		8

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часа(ов).

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Раздел 1. Планирование рекламных кампаний	Цели и задачи рекламной кампании (коммуникационные, экономические). Классификация рекламных кампаний. Этапы рекламной кампании. Сегментация и выбор целевой аудитории (демографические характеристики, социальное положение, психографические характеристики). Сроки проведения рекламной кампании. Стратегия и тактика рекламной кампании. Годовое планирование рекламных кампаний. Бюджет рекламной кампании (метод Пекхэма, метод Шроера, остаточный

		принцип, процент от оборота или прибыли, метод конкурентного паритета). Составляющие стоимости рекламной кампании. Возможные скидки.
2	Раздел 2. Качественные и количественные методы исследования в рекламе	Количественные и качественные методы исследований. Опросные методы сбора информации: анкетирование, интервью, экспертный опрос, почтовый опрос, телефонный опрос, панельные исследования, омнибус, тестирование. Качественные методы: фокус-группы, глубинные интервью, проективные техники, семантический дифференциал, метод эксперимента, наблюдение.
3	Раздел 3. Коммуникативная эффективность рекламы	Коммуникативная эффективность рекламы. Психологическая эффективность рекламы. Социальная эффективность рекламы. Коммуникативная эффективность: эффективность восприятия, эффективность на уровне отношения, поведенческая эффективность.
4	Раздел 4. Экономическая эффективность рекламы	Эффективности рекламы. Эффективность рекламной кампании. Экономическая эффективность. Долговременный эффект рекламы. Эффективность затрат. Показатель возврата инвестиций (ROI – return on investments). Методы оценки экономической эффективности рекламы.
5	Раздел 5. Медиа измерения в рекламе	Понятие мишени и ее типы. Понятие рейтинга носителя рекламного сообщения. Охват аудитории и частота рекламных контактов: основные параметры. Факторы минимальной частоты контактов с рекламой.

4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Формируемые компетенции	Информационные и образовательные технологии
1	2	3	4	5
1.	Планирование рекламных кампаний	Лекция 1 Прак.зан. 1 Самостоятельная работа	УК-2	Вводная лекция Дискуссия Подготовка к занятиям
2.	Качественные и количественные методы исследования в рекламе	Лекция 2 Прак.зан. 2	ПК-2	Лекция-визуализация Закрепление пройден-

		Самостоятельная работа		ного материала
3.	Коммуникативная эффективность рекламы	Лекция 3 Прак.зан. 3 Самостоятельная работа	ПК-2	Лекция-визуализация Закрепление пройденного материала
4	Экономическая эффективность рекламы	Лекция 5 Прак.зан. 5 Самостоятельная работа	ПК-3	Лекция-визуализация Закрепление пройденного материала
5.	Медиа измерения в рекламе	Лекция 5 Прак.зан. 5 Самостоятельная работа	ПК-5	Проблемная лекция Дискуссия, экспресс-опрос Закрепление пройденного материала
6	Контрольная работа	Прак.зан. 6		Экзамен

5. ОЦЕНКА ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

5.1. Система оценивания

В процессе изучения дисциплины проводится рейтинговый контроль знаний студентов в соответствии с Положением РГГУ о его проведении. Он предполагает учет результатов написания тестов и докладов на практических занятиях, результатов самостоятельной работы по выполнению практических заданий, а также степени участия студентов в дискуссиях, при обсуждении проблемных вопросов и работ на практических занятиях.

Критерии, используемые при проведении рейтингового контроля для студентов, изучающих дисциплину «Эффективность коммуникационной деятельности», сроки и оценка работ представлены в таблице:

Форма контроля	Срок отчетности	Макс. количество баллов	
		За одну работу	Всего
Текущий контроль: - устный блиц-опрос и участие в дискуссии на практическом занятии	3, 4, 5, 6, 7 недели		8 баллов
- выполненное практическое задание 1	3-20 неделя	20 баллов	20 баллов

- выполненное практическое задание 2	3-20 неделя	25 баллов	25 баллов
- выполненное практическое задание 3	3-20 неделя	7 баллов	7 баллов
			60 баллов
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)	18 неделя		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину)			100 баллов

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, набравшему не менее 50 баллов в результате суммирования баллов, полученных при текущем контроле и промежуточной аттестации. Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов) 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 оценок

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.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
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.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «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> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Лабораторные работы (текущий контроль) содержат типовые задания по ключевым практическим аспектам укрупненных тематик дисциплины и проводятся в течение семестра после изучения теоретической части. Итоговая контрольная работа (промежуточный контроль) содержит теоретические вопросы курса, базовые понятия, практические задания, по укрупненным тематическим разделам.

Текущий контроль

При оценивании *устного блиц-опроса* на лекционном занятии учитываются:

- знание содержания обсуждаемых проблем, умение использовать ранее изученный теоретический материал и терминологию научных исследований (0-2 балла).

При выполнении *практического задания* (лабораторной работы) учитывается:

- полнота и точность выполненной работы (0-20), в зависимости от работы;
- оформление работы (0-5), в зависимости от работы.

Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)

При проведении промежуточной аттестации студент должен ответить на 2 вопроса теоретического характера и выполнить задание практического характера.

При оценивании ответа на вопрос теоретического характера учитывается:

- теоретическое содержание освоено не полностью, знание материала носит фрагментарный характер, имеются явные ошибки в ответе (до 5 баллов);

- теоретическое содержание освоено частично, допущено не более двух-трех недочетов (до 10 баллов);

- теоретическое содержание освоено почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов (до 15 баллов);

- теоретическое содержание освоено полностью, ответ построен по оригинальному плану, обоснован, дается ссылка на источники (20 баллов).

При оценивании ответа на вопрос практического характера учитывается:

- ответ содержит менее 30% правильного решения (0-5 баллов);

- ответ содержит 31-79 % правильного решения (6-15 баллов);

- ответ содержит 80% и более правильного решения (15- 20 баллов).

**При проведении промежуточной аттестации используются
контрольные вопросы:**

1. Планирование рекламных кампаний.
2. Качественные и количественные методы исследований в рекламе.
3. Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности.
4. Коммуникативная эффективность рекламы.
5. Экономическая эффективность рекламы.
6. Бюджет рекламной кампании.
7. Медиаисследования: количественные, качественные и рейтинговые.
8. Эффективность рекламной кампании.
9. Эффективность рекламного продукта и лояльность потребителей.
10. Маркетинговая и коммуникативная эффективность рекламного продукта.
11. Коммерческие показатели и методы оценки эффективности рекламного продукта.
12. Медиа измерения в рекламе.
13. Маркетинговые исследования в рекламе.
14. Структура аналитического отчета и оформление результатов исследования.
15. Презентация рекламной кампании и оценка ее эффективности.

На основе контрольных вопросов может быть разработан тест, используемый при проведении промежуточной аттестации.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Список источников и литературы

Основная

1. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 326 с. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684193
2. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75200.html>
3. Межов, И. С. Инвестиции: оценка эффективности и принятие решений : учебник / И. С. Межов, С. И. Межов. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический универси-

тет, 2018. — 380 с. — ISBN 978-5-7782-3482-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/91716.html>

4. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2021. — 326 с. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684193

Дополнительная

1. Информатика для гуманитариев : учебник и практикум для вузов / Г. Е. Кедрова [и др.] ; под редакцией Г. Е. Кедровой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 653 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14260-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468135>
2. Мельников, Р.М. Оценка эффективности общественно значимых инвестиционных проектов методом анализа издержек и выгод. Учебное пособие [Текст] / Р. М. Мельников. — М.: Проспект, 2018. — 238 с.

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

1. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
2. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
3. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
4. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
5. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
6. <http://www.marketcenter.ru/> - базы данных системы межрегиональных маркетинговых центров
7. <http://www.marketing.spb.ru/> - энциклопедия маркетинга
8. www.market-agency.ru - база данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга "Маркет"
9. <https://www.sostav.ru> - российский рекламный портал, статьи о рекламе, маркетинге, PR
10. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникационных агентств России - ведущее и крупнейшее профессиональное объединение коммуникационных услуг России

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Для проведения практических занятий необходимы компьютерные классы.

Состав программного обеспечения:

Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

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 ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРОВ) РАБОТ

Практические (семинарские) занятия по дисциплине «Эффективность коммуникационной деятельности» для магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность подготовки «Управление брендом в рекламе и связях с общественностью» обеспечивают преподавание в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом ООП.

Практическое занятие № 1.

Тема: Планирование рекламных кампаний - 4 часа.

Цель: Цели и задачи рекламной кампании (коммуникационные, экономические). Классификация рекламных кампаний. Этапы рекламной кампании. Сегментация и выбор целевой аудитории (демографические характеристики, социальное положение, психографические характеристики). Сроки проведения рекламной кампании. Стратегия и тактика рекламной кампании. Годовое планирование рекламных кампаний. Бюджет рекламной кампании (метод Пекхэма, метод Шроера, остаточный принцип, процент от оборота или прибыли, метод конкурентного паритета). Составляющие стоимости рекламной кампании.

Форма проведения: лабораторная работа в компьютерных классах.

Контрольные вопросы

1. Назовите этапы рекламной кампании.
2. Назовите сегменты и выбор целевой аудитории.
3. Какие бывают сроки проведения рекламной кампании.
4. Что такое стратегия и тактика рекламной кампании.
5. Что такое годовое планирование рекламных кампаний?
6. Как выглядит бюджет рекламной кампании?
7. Составляющие стоимости рекламной кампании.

Практическое занятие № 2.

Тема: Качественные и количественные методы исследования в рекламе - 4 часа.

Цель: В результате выполнения лабораторной работы студент должен иметь представление что такое количественные и качественные методы исследований. Опросные методы сбора информации: анкетирование, интервью, экспертный опрос, почтовый опрос, телефонный опрос, панельные исследования, омнибус, тестирование. Качественные методы: фокус-группы, глубинные интервью, проективные техники, семантический дифференциал, метод эксперимента, наблюдение.

Форма проведения: лабораторная работа в компьютерных классах

Количественные и качественные методы исследований. Опросные методы сбора информации: анкетирование, интервью, экспертный опрос, почтовый опрос, телефонный опрос, панельные исследования, омнибус, тестирование. Качественные методы: фокус-группы, глубинные интервью, проективные техники, семантический дифференциал, метод эксперимента, наблюдение.

Контрольные вопросы

1. Назовите количественные методы исследований.

2. Назовите качественные методы исследований
3. Перечислите опросные методы сбора информации.
4. Как методы исследования в рекламе вы знаете?
5. Какие методы, относящиеся к методам обработки маркетинговой информации?
6. Какие методы сбора первичных данных, используемые при проведении маркетингового исследования?
7. В чем заключается суть метода логико-смыслового моделирования проблем исследования.

Практическое занятие № 3.

Тема: Коммуникативная эффективность рекламы - 4 часа.

Цель: В результате выполнения лабораторной работы студент должен иметь представление о понятии коммуникативной эффективности рекламы. Психологической эффективности рекламы. Социальной эффективности рекламы. Коммуникативной эффективности: эффективность восприятия, эффективность на уровне отношения, поведенческая эффективность.

Форма проведения: лабораторная работа в компьютерных классах

Контрольные вопросы

1. Что такое коммуникативная эффективность рекламы?
2. Что такое психологическая эффективность рекламы?
3. Что такое социальная эффективность рекламы?
4. Что такое эффективность восприятия?
5. Что такое эффективность на уровне отношения?
6. Что такое поведенческая эффективность?

Практическое занятие № 4.

Тема: Экономическая эффективность рекламы. - 4 часа.

Цель: В результате выполнения лабораторной работы студент должен иметь представление о эффективности рекламы. Эффективности рекламной кампании. Экономической эффективности. Долговременном эффекте рекламы. Эффективности затрат. Методе оценки экономической эффективности рекламы.

Форма проведения: лабораторная работа в компьютерных классах.

Контрольные вопросы

1. Как рассчитывается эффективность рекламы.
2. Что такое эффективность рекламной кампании?
3. Что такое экономическая эффективность?
4. Что такое долговременный эффект рекламы?
5. Как рассчитывается эффективность затрат на рекламу.
6. Что такое показатель возврата инвестиций?
7. Какие методы Вы знаете оценки экономической эффективности рекламы.

Практическое занятие № 5

Тема: Медиа измерения в рекламе - 4 часа.

Цель: в результате выполнения лабораторной работы студент должен знать понятие мишени и ее типы. Понятие рейтинга носителя рекламного сообщения. Охват аудитории и частота рекламных контактов: основные параметры. Факторы минимальной частоты контактов с рекламой.

Форма проведения: лабораторная работа в компьютерных классах.

Контрольные вопросы

1. Что такое мишени и ее типы?
2. Что такое рейтинг носителя рекламного сообщения?
3. Основные параметры охвата аудитории и частота рекламных контактов.
4. Факторы минимальной частоты контактов с рекламой.
5. Источники внешней вторичной информации ?
6. Виды маркетинговых исследований ?

9.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов

Курс по дисциплине предполагает изучение теории на лекционных занятиях и выполнение различных заданий на практических занятиях. В ходе лекции студент ведет конспект лекций в свободной форме. Поскольку восприятие информации улучшается при использовании различных способов выделения текста и представления его в виде рисунков, то студенту рекомендуется на занятиях использовать различные способы выделения текста - подчеркивание или выделение цветным маркером, отметки на полях и др. Для закрепления знаний после лекции студенту рекомендуется перечитать лекционный материал и записать появившиеся вопросы. Одновременно с конспектом лекции следует использовать учебные пособия, рекомендуемые данной рабочей программой.

В ходе лекции студенту рекомендуется вести конспект, в котором записывается тема лекции, основные вопросы, рекомендуемая литература. Записи в конспекте должны вестись таким образом, чтобы оставалось место для уточнений и дополнений. В конспекте фиксируются основные положения лекции, особенно выводы и обобщения. Если какие-то положения лекции непонятны студенту, необходимо задать лектору соответствующие вопросы в конце занятия. при самостоятельной подготовке студент выполняет задания, данные лектором. В ходе самостоятельной работы студенту рекомендуется более глубоко проработать материал конспекта и внести в конспект лекции уточнения, изменения, собственные соображения, возникающие у него в связи с изучением темы.

Основную часть самостоятельной работы в составе программы занимает более глубокое изучение студентами отдельных тем по дисциплине, результаты таких исследований могут быть изложены на практических занятиях при изучении соответствующей темы. Наряду с конспектированием рекомендуются следующие виды систематизированной записи прочитанного:

- аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;
- планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;
- тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;
- цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора.

При самостоятельной работе рекомендуется составлять схемы, подбирать примеры под изучаемый теоретический материал, так как это позволит освоить его прочнее.

Выполнение задания на практических занятиях студенту необходимо в отдельной тетради. После аудиторной и самостоятельной работы студент должен четко понимать изложенный материал и ориентироваться в нем. В начале практического занятия следует определить тему занятия, раскрыть ее значимость в будущей профессиональной деятельности, установить связь с уже отработанными умениями. Перед выполнением задания со студентами необходимо обсудить основные теоретические вопросы данного практического занятия. Для проверки уровня знаний студентов и закрепления пройденного материала необходимо ответить на контрольные вопросы. Те вопросы, которые вызвали затруднение необходимо рассмотреть совместно.

При проведении практических занятий рекомендуется построение образовательного процесса во взаимосвязи обучения, учения и личностного развития. Для этого может быть использована форма занятия-исследования, занятия-поиска. При работе в малых группа обучающиеся обмениваются решениями, обсуждают способы решения, сопоставляют, сверяют, оценивают и корректируют, самореализовываются, соотносят свою деятельность с деятельностью других (самооценка, самокоррекция). Собственный поиск непременно предшествует обмену идеями, затем происходит общее обдумывание проблемы в диалогической «событийной общности» и, если есть необходимость, группа обращается к новому действию. Таким образом, индивидуальное развитие становится одновременно и процессом овладения социальным опытом, формирования гражданина, коммуникативной культуры, толерантности, ответственности.

Рекомендуется использование и индивидуальной работы с практическим преобразованием учебных знаний в субъективированный индивидуальный творческий продукт в конце занятия (вербальный, графический, практический – суждение, схема, таблица. Коррекция обучения и освое-

ния изучаемого происходит благодаря оперативной обратной связи, осуществляемой в межгрупповой дискуссии после обсуждения способов решения проблемы в малых группах, затем представления результатов поиска на всеобщее обсуждение.

В курсе дисциплины некоторые вопросы отнесены на самостоятельное изучение.

В формализованном виде состав действий студента при изучении курса включает:

1. Подготовка к практическим занятиям на основе изучения конспекта лекций и рекомендуемой литературы. Активное участие в практических занятиях. Подбор аналитических материалов. Изучение нормативных материалов. Подготовка к выступлению на семинарских занятиях.
2. Подготовка к контрольной работе.
3. Самотестирование. Актуализация знаний по изученным темам, повторение ключевых понятий, основных положений курса, анализ ситуаций. Самооценка результатов самостоятельной работы
4. Самостоятельная работа по более глубокому изучению теоретических вопросов на основе проработки рекомендуемой литературы. Конспектирование изученного.
5. Подготовка к зачету с оценкой: повторение ключевых понятий, основных положений концепций, используемых методов, решенных задач и разобранных ситуаций на занятиях.
- 6.

9.3. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Научное сообщение на базе доклада или реферата является квалификационной работой студента и подводит итоги теоретической и практической подготовки студента по изучаемой дисциплине. При подготовке научного доклада магистр 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 курса; 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 магистр должен показать, в какой мере он овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, в какой степени 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 предметом «Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии».

Общие требования.

Для успешного и качественного выполнения письменной научной работы магистру 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.

Тема исследовательской работы предлагается студентом самостоятельно, после чего согласовывается с преподавателем и окончательно утверждается им.

Требования к содержанию и структуре текста

Структура каждой работы должна уточняться магистром с руководителем, исходя из научных интересов студента, степени проработанности данной темы в литературе, наличия информации и т.п. Однако каждая письменная научная работа должна иметь:

- титульный лист, оформленный в соответствии с текущими требованиями оформления;
- содержание, автоматически сгенерированное в редакторе Word;
- введение;

- главы;
- заключение;
- список использованных источников и литературы;

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы; определяется степень ее новизны и разработанности; формируются цель и задачи работы; аргументируется принятая в работе методика исследования и анализа; дается обзор источников и литературы с анализом концепций по исследуемой проблеме; обосновывается структура работы; даются необходимые пояснения. Объем введения не должен превышать 1/5 части работы.

Содержание работы определяется ее темой. По всем темам в рефератах и научных докладах, представляющих собой теоретические исследования излагаются:

- история вопроса, оценка различных взглядов на проблему в литературе, основные теоретические положения, связанные с исследуемой проблемой;
- результаты исследования;
- примеры использования основных теоретических положений на практике;
- отношение автора к проблеме.

Заключение

В заключении формулируются выводы по проделанной работе, характеризующие степень решения тех задач, которые ставились в работе.

Список источников и литературы

После заключения приводится перечень использованной литературы. Работа с литературой является неотъемлемой составной частью научных исследований. Следует учесть, что кроме изучения книг и монографий по теме работы, необходимо изучение материалов по теме, публикуемых в периодической печати.

Подбирая литературу (монографии, учебники, журнальные статьи и т.п.), необходимо учитывать время ее издания. В первую очередь следует использовать литературу последних лет. В тексте работы обязательны ссылки на указанные в перечне источники и литературу.

Требования к оформлению

Письменная работа должна быть отредактирована, вычитана и подписана автором. Общий объем курсовой работы должен составлять от 7 до 20 страниц машинописного текста. Приложения в общий объем не входят.

Работа должна быть оформлена на одной стороне листа бумаги формата А4 по ГОСТ 9327-60. Допускается представить таблицы и иллюстрации на листах бумаги формата не более А3. Текст следует печатать через полтора интервала (шрифт Times New Roman, размер 14), соблюдая размеры полей по ГОСТ 7.32-91: левое 30 мм, правое – 15 мм, верхнее –15 мм, нижнее –20 мм.

Заголовки разделов пишут симметрично тексту, заголовки подразделов – с абзаца. Расстояние между заголовками и текстом должно быть увеличено для выделения заголовка.

На последнем листе списка использованных источников и литературы ставится подпись студента, удостоверяющая, что текст работы выверен, цитаты проверены.

На титульном листе ставится подпись научного руководителя, подтверждающего готовность работы.

Содержание помещается за титульным листом, печатается через полтора интервала, разделы определяются пробелом в два интервала.

Научно-справочный аппарат

Научно-справочный аппарат работы содержит две взаимосвязанные части: список использованных источников и литературы и подстрочные ссылки. Список и ссылки оформляются в соответствии с требованиями, изложенными в действующих государственных стандартах.

Подстрочные ссылки используются во всех случаях цитирования произведений других авторов, источников и литературы. Обязательно подтверждаются подстрочными ссылками все факты, цифры и другие конкретные данные, приводимые в тексте, заимствованные из источников и литературы. Ссылки нумеруются в сквозном порядке арабскими цифрами в пределах части работы (введения, разделов, заключения и приложений). Текст каждой ссылки печатается через один межстрочный интервал. Разделяются ссылки двумя интервалами.

Приложение 1 АННОТАЦИЯ

Цель дисциплины: овладение студентами инструментарием применения инновационного анализа рекламных кампаний разного типа на разном этапе жизненного цикла в целях обеспечения эффективности профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- выработать навыки использования современной проектной деятельности в области разработки и реализации рекламных кампаний для решения профессиональных задач;
- научить практическим навыкам проектной деятельности в области разработки и реализации рекламных кампаний;
- ознакомить с видами эффективности рекламных кампаний и использовать различные методы оценки рекламных кампаний;
- ознакомить с инструментарием тестирования рекламных продуктов в рамках проведения рекламных кампаний.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. понятие и сущность проекта, включая исследовательскую работу;
2. понятия риска, неопределенности, нестандартных ситуаций;
3. основные аналитические методы и инструменты для оценки эффективности коммуникационной стратегии и коммуникационного проекта;
4. методы ситуационного анализа в сфере рекламы и связей с общественностью;
5. понятие и сущность интегрированных коммуникаций;
6. методы сбора, анализа и интерпретации информации в процессе проведения исследований;

Уметь:

1. самостоятельно разрабатывать проекты любого типа;
2. оценивать уровни риска и неопределенности в нестандартных ситуациях; учитывать наличие различных мнений;
3. отбирать аналитические методы и инструменты, соответствующие поставленной задаче;
4. разрабатывать проекты и кампании в сфере РиСО;
5. интегрировать коммуникации для реализации коммуникационной стратегии;
6. использовать результаты исследований для прогнозирования тенденций коммуникационной сферы;

Владеть:

1. навыками самостоятельной защиты разработанных проектов любого типа;
2. навыками принятия управленческих решений в сложных ситуациях;
3. навыками применения на практике аналитических методов и инструментов для оценки эффективности в коммуникационной сфере;
4. навыками проведения ситуационного анализа и разработки проектов и кампаний в сфере РиСО;
5. навыками эффективной реализации коммуникационной стратегии;
6. навыками составления практических рекомендаций на основе проведенных исследований.