

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет маркетинга, рекламы и сервиса

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры рекламы
и связей с общественностью

Протокол от «__» _____ 201_ г.

№ _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.3.1 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ PR-ПРОЕКТОВ

Направление подготовки
38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль)
"Управление рекламным и медиабизнесом"

Квалификация
Магистр

Форма обучения
Очная

Год набора - 2018

Москва, 2018 г.

Автор—составитель:

к.э.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью А.Б. Цветкова

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью д.филол.н., проф. Евстафьев В.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),
соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы**

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.3.1. «Оценка эффективности PR - проектов» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|---|--------------------------------|---|
| ПК-3. | способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач | ПК-3.2 | Формирование навыков самостоятельного исследования проблемного поля в сфере PR: планирование и программирования (стратегический анализ, разработка предложения, утверждение программы), осуществление действий и коммуникаций (реализация программы), оценки программы (результаты, последствия, коррективы), как основы будущей профессиональной деятельности. |
| ПК-4. | способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения | ПК-4.3 | Способность разрабатывать и применять на практике профессиональные исследовательские методы для планирования и оценке эффективности коммуникационных стратегий |

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

| ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия | Код этапа освоения компетенции | Результаты обучения |
|--|--------------------------------|---|
| <u>Профессиональный стандарт «специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»</u> -Обобщенные трудовые функции: В Организация продвижения продукции СМИ | ПК-3.2 | на уровне знаний: Знает основные параметры различных медиа каналов; основные методы оценки эффективности в области PR. на уровне умений: Умеет проанализировать процесс восприятия PR сообщений и разработать |

| | | |
|--|--------|---|
| <p>-Трудовые функции: Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ В/03.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ В/04.6</p> <p>Профессиональные действия: Сегментация коммуникационных целей по целевым группам Формулирование целевых параметров контента</p> | | <p>вопросы, а также уметь рассчитать косвенный эффект от PR-проекта по экономической эффективности, рентабельность.</p> <p>на уровне навыков: Владеет пониманием основных требований, предъявляемых современным PR бизнесом к менеджеру, ответственному за планирование и оценку эффективности PR проекта.</p> |
| | ПК-4.3 | <p>на уровне знаний: Знает современные технологии, методические приемы и процедуры разработки и проведения исследований.</p> <p>на уровне умений: Умеет правильно использовать различные маркетинговые методы сбора данных для оценки эффективности медиа проектов.</p> <p>на уровне навыков: Владеет навыками комплексной оценки PR политики компании за определенный период времени.</p> |

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Таблица 1.

Объем дисциплины

| <i>Очная форма обучения</i> | | |
|---|--------------|--------------|
| Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе: | | 28 |
| лекционного типа (Л) | | 12 |
| лабораторные работы (практикумы) (ЛР) | | |
| практического (семинарского) типа (ПЗ) | | 16 |
| Самостоятельная работа обучающихся (СР) | | 44 |
| Промежуточная аттестация | Форма | Зачет |
| | час. | - |
| Общая трудоемкость (час. / з.е.) | | 72/2 |

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.3.1. «Оценка эффективности PR - проектов» изучается на 2 курсе, в 3 семестре по очной форме обучения.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплин Б1.Б.3 «Методы исследований в менеджменте», Б1.В.ОД.4 «PR, GR, HR: особенности профессиональных стратегий», Б1.В.ОД.7 «Планирование и реализация кампаний по рекламе и PR».

Форма промежуточной аттестации – зачет.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 2.

| № п/п | Наименование тем (разделов) | Объем дисциплины (модуля), час. | | | | | | Форма текущего контроля успеваемост и ⁴ , промежуточ ной аттестации |
|--------------------------|---|---------------------------------|---|----|----|---------|----|---|
| | | Всего | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | СР | |
| | | | Л | ЛР | ПЗ | КС Р | | |
| Очная форма обучения | | | | | | | | |
| 1 | Сущность, задачи и основные факторы определения эффективности PR проектов | 11 | 2 | | 2 | | 7 | О, Э Вопросы к диспуту 1,2 |
| 2 | Особенности работы СМИ. Позиционирование новостей. | 11 | 2 | | 2 | | 7 | О, ДЗ, Э Вопросы к диспуту 7,8,9,10 |
| 3 | Методы анализа массовой коммуникации. | 12 | 2 | | 3 | | 7 | Д, Э Вопросы к диспуту 3 |
| 4 | Исследования в PR | 16 | 2 | | 5 | | 9 | Д, О, Э Вопросы к диспуту 11,12,13, 17 |
| 5 | Планирование кампании по связям с общественностью. Основные этапы планирования. | 11 | 2 | | 2 | | 7 | Д, ДЗ, Э Вопросы к диспуту 14, 15, 16 |
| 6 | Оценка эффективности PR-кампании и PR политики | 11 | 2 | | 2 | | 7 | Э, РК, О Вопросы к диспуту 4,5,6 |
| Промежуточная аттестация | | Зачет | | | | | | |
| Всего: | | 72 | 12 | - | 16 | | 44 | |

Примечание:

* – при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом;

** - формы текущего контроля: мини-реферат (Р), эссе (Э), кейс (К), дискуссия (Д).

Примеры форм текущего контроля: опрос, реферат, доклад, тестирование, эссе, дискуссия, диспут, круглый стол, кейс, деловая игра, проблемные ситуации, профессиональные задачи и т.п.

Содержание дисциплины

| № п/п | Наименование тем (разделов) | Содержание тем (разделов) |
|--------|---|--|
| Тема 1 | Сущность, задачи и основные факторы определения эффективности PR проектов | Концепция организации PR проекта, место и роль его эффективности. Необходимость оценки эффективности PR и что необходимо оценивать. Синергия PR и всех инструментов комплекса коммуникаций. Анализ понятий «медиа воздействие и массовая аудитория, массовое сознание». |
| Тема 2 | Особенности работы СМИ. Позиционирование новостей. | Изучение медиа и профессиональная жизнь PR-специалиста. Организация издательских домов. Принципы работы прессы, радио и телевидения. Особые характеристики СМИ. Технология связи с общественностью. Процесс управления новостью. Модели новостного производства и жанры журналистики. Категории журналистских материалов. Смысловое позиционирование новости. Формы подачи материала. Способы манипулирования сознанием: убеждение и внушение. Процесс развития новости. Дополнительные компоненты новости. |
| Тема 3 | Методы анализа массовой коммуникации. | Семиотический анализ. Контент-анализ. Пропагандистский анализ. Анализ слухов. Прагматический анализ. Структурный анализ. Мотивационный анализ. Анализ политических текстов. |
| Тема 4 | Исследования в PR | Методы исследований: кабинетные исследования, первичные исследования, количественные и качественные исследования. Структура первичного спроса на услуги агентств по связям с общественностью. Поиск возможностей роста. Методы прогнозирования спроса. Изучение отношений со средствами массовой информации, потребителями, сотрудниками, с государством и местной общественностью, инвесторами. Маркетинговые исследования в Интернет. Социологические опросы, ACORN, MOSIAC, непрерывные исследования. Специальные методы в области PR: клиппинг, транскрипирование, мониторинг СМИ, контент-анализ, пресс-индексы. |

| № п/п | Наименование тем (разделов) | Содержание тем (разделов) |
|--------|---|--|
| Тема 5 | Планирование кампании по связям с общественностью. Основные этапы планирования. | Планирование PR-кампании. Ситуационный анализ. Основные этапы планирования кампании по связям с общественностью. Цели маркетинга и цели маркетинговых коммуникаций. Определение целей кампании по связям с общественностью. Цели и направленность мероприятий публичных отношений. Выбор целевых аудиторий и описание профиля. Бюджет PR-кампании. Методы определения бюджета, их преимущества и недостатки. Выбор медиа-средств и методы работы с ними. Формирование долговременных |
| Тема 6 | Оценка эффективности PR-кампании и PR политики | PR-аудит и его основные элементы. Цели и задачи PR аудита. Основные функции PR аудита. Виды PR аудита. Прямые и косвенные методы оценки эффективности PR-мероприятий. Оценка эффективности медиа связей. Уровень лояльности СМИ. Медиапоказатели и медиа измерения. |

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающегося и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.3.1. «Оценка эффективности PR - проектов» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

| Тема и/или раздел | Методы текущего контроля успеваемости |
|---|---|
| Сущность, задачи и основные факторы определения эффективности PR проектов | О, Э Вопросы к диспуту 1,2 |
| Особенности работы СМИ. Позиционирование новостей. | О, ДЗ, Э Вопросы к диспуту 7,8,9,10 |
| Методы анализа массовой коммуникации. | Д, Э Вопросы к диспуту 3 |
| Исследования в PR | Д, О, Э Вопросы к диспуту 11,12,13, 17 |
| Планирование кампании по связям с общественностью. Основные этапы планирования. | Д, ДЗ, Э Вопросы к диспуту 14, 15, 16 |
| Оценка эффективности PR-кампании и PR политики | Э, РК, О Вопросы к диспуту 4,5,6 |

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

Зачет в виде тестирования по основным категориям и понятиям, решение типовых ситуаций

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

эссе по дисциплине «Оценка эффективности PR-проектов»

| № | Содержание задания |
|---|--|
| 1 | Описание целевой аудитории PR кампании с использованием различных критериев сегментации. Студент выбирает конкретный продукт, собирает PR материалы, паблисити, проводит мониторинг СМИ по теме и на их основе составляет портрет целевой аудитории PR проекта. Объем задания – 2-3 стр. |
| 2 | Система СМИ в России и её особенности. Студент выбирает одно из следующих СМИ и собирает материалы по выбранному направлению: 1. Радиостанции, их специфика, аудитория и категории радиопрограмм 2. Телеканалы, их специфика, аудитория и категории телепрограмм. 3. Спутниковое телевидение и его особенности 4. Интерактивное телевидение, специфика и аудитории в России. Роль Интернет. 5. Пресса, целевая аудитория и категории периодических изданий. В задании в качестве примера студент дает либо общее описание средства массовой коммуникации по выбранному направлению, либо ограничивается подробным описанием 2-3 медианосителей в рамках выбранного направления. Объем задания – 3 - 4 стр. |
| 3 | Методы анализа массовой коммуникации (семиотический анализ, контент-анализ и др.) на примере различных журналистских материалов. Студент выбирает один - два метода анализа коммуникации и проводит исследование материалов СМИ по какой-то проблеме, используя выбранные методы анализа. В задании представляются результаты исследования, отражающие общее описание рассмотренной проблемы и полученные данные анализа. На основании результатов студент дает собственную критическую оценку. Объем задания – 2-3 стр. |
| 4 | Эффективность PR проекта и методы его оценки (на примере PR кампании или проблемы по выбору..) Студент выбирает пример PR кампании. В задании он должен описать PR проект, цели и целевые аудитории, использовавшиеся средства PR и проводившуюся оценку эффективности (способы оценки), а также рекомендовать дополнительные или, по мнению студента, более целесообразные методы оценки коммуникативных и экономических результатов кампании из существующего перечня. Можно готовить задание, основываясь на собственной разработанной кампании или провести опрос общественного мнения по результатам/проблеме (опрос в соц.сетях и т.п.). Объем задания – 3 - 4 стр. |
| 5 | Подготовка описания PR кампаний государственных структур. Студент должен указать цели PR кампании, сроки проведения, описать мероприятия кампании и ее основные результаты, дать собственную оценку |

| | |
|-------|---|
| | эффективности кампании. Объем задания – 2-3 стр. |
| 6 | Подготовка описания PR кампаний по формированию имиджа Интернет-ресурса и предприятия в среде Интернет. Студент должен указать цели PR кампании, сроки проведения, описать мероприятия кампании и ее основные результаты, дать собственную оценку кампании, используя подходящие методы оценки эффективности PR. Объем задания – 2-3 стр. |
| ИТОГО | 6 заданий общим объемом 12-18 стр. |

Критерии оценки эссе:

Оценка **«удовлетворительно»** предполагает: полученные результаты **в значительной степени** соответствуют поставленной цели (цель работы достигнута в основном). Обоснована актуальность работы. В процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники, продемонстрировано понимание решаемой проблемы. Выбраны адекватные цели научный подход, методы, процедуры. Они в значительной степени реализованы в работе. Выводы имеют наглядный и проверяемый характер. Требования по оформлению работы в основном выполнены.

Оценка **«хорошо»** ставится: полученные результаты **преимущественно** соответствуют поставленной цели и задачам. Обоснована практическая и теоретическая актуальность работы. В процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг теоретических и эмпирических источников. Выбраны и обоснованы применяемые научные подходы, методы и процедуры. Полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы. Оформление работы в целом соответствует существующим требованиям.

Оценка **«отлично»** предполагает: полученные результаты **полностью** соответствуют поставленной цели. Обоснована практическая и теоретическая значимость работы. Проведен детальный анализ теоретических и эмпирических источников, выводы автора самостоятельны и аргументированы. Выбраны и подробно описаны применяемые в работе научные подходы, методы и процедуры. Содержание работы полностью отражает узловые проблемы темы, исследовательская часть (в курсовой работе) выполнена самостоятельно, методологически корректно и содержит достоверные и интересные выводы и положения. Оформление работы полностью отвечает всем требованиям.

Текст эссе оценивается 1 – 5 баллов.

Баллы снижаются за: не соответствие заявленных целей и задач теме изучения; ошибках в определении объекта и предмета изучения, не достижение поставленных целей, погрешности в оформлении.

Вопросы к диспуту по дисциплине «Оценка эффективности PR-проектов»

1. Методы исследования массовой коммуникации: плюсы и минусы
2. Воздействие СМИ на общество и способы оценки влияния
3. Система СМИ в России и ее особенности исследования
4. Исследование эффективности PR в Интернет
5. Исследование эффективности PR в печатных СМИ
6. Коммуникативная эффективность PR проекта и методы её оценки.
7. Радиостанции, их специфика и аудитория. Категории радиопрограмм
8. Телеканалы, их специфика и аудитория. Категории телепрограмм.
9. Спутниковое ТВ, интерактивное ТВ, мультимедиа, Интернет и их функционирование
10. СМИ как ядро системы массовой коммуникации

11. Структура информационного рынка
12. Рейтинг телепрограммы как ориентир для PR проекта.
13. Каналы размещения PR информации и оценка их эффективности.
14. Анализ возможностей телевидения (радо, газет, журналов) как средства эффективной коммуникации.
15. Роль тестирования аудитории в оценке эффективности PR кампании.
16. Сегментирование при выборе целевой аудитории коммуникации.
17. Контент анализ СМИ, сложности проведения

Критерии правильности ответов на вопросы для диспута:

При оценке ответов на вопросы для обсуждения учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ предмета), умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

Ответ на вопрос оценивается 0 -5

- Каждый отвечает на 2 вопроса на тему дискуссии
- Обязательные вопросы к коллегам и участие в дискуссии оцениваются в дополнительный 1 балл
- Максимальный балл 5

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Формируемые компетенции

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|---|--------------------------------|---|
| ПК-3. | способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач | ПК-3.2 | Формирование навыков самостоятельного исследования проблемного поля в сфере PR: планирование и программирования (стратегический анализ, разработка предложения, утверждение программы), осуществление действий и коммуникаций (реализация программы), оценки программы (результаты, последствия, коррективы), как основы будущей профессиональной деятельности. |
| ПК-4. | способностью использовать количественные и | ПК-4.3 | Способность разрабатывать и |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения | | применять на практике профессиональные исследовательские методы для планирования и оценке эффективности коммуникационных стратегий |
|--|--|--|--|

4.3.2. Типовые оценочные средства

При ответе на вопрос
сформулируйте и обоснуйте свою позицию,
приведите конкретные примеры:

вопросы к зачету по курсу «Оценка эффективности PR-проектов»

1. Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций.
2. Целевые аудитории мероприятий по связям с общественностью.
3. Психологические основы публичных релейшнз.
4. Планирование кампании по связям с общественностью, основные этапы.
5. Оценка эффективности PR-кампаний.
6. Методы исследований в публичных релейшнз.
7. Модели новостного производства и жанры журналистики.
8. Позиционирование новостей о компании в СМИ: технология, особенности и приемы воздействия.
9. Исследования во внутрикорпоративном PR.
10. Исследования PR во время проведения выставок и после.
11. Использование контент-анализа в PR.
12. Приемы усиления содержания новости в СМИ.
13. Основные направления изучения целевой аудитории в PR.
14. Мониторинговые исследования в PR.
15. Кабинетные и полевые исследования в области PR.
16. Транскрипирование СМИ.
17. Различия применения контент-анализа в рекламе и PR.
18. Методы медиа исследований.
19. Медиаграмотность населения, методы исследований, процедура.
20. Коммуникационный аудит PR-деятельности.
21. Социальная и массовая коммуникация
22. Модель массовой коммуникации и её элементы. Кодирование информации и виды кодов.
23. Функции массовой коммуникации и ее значение
24. Факторы, определяющие состав и границы аудитории.
25. Понятие потенциальной и реальной аудитории.
26. Методы изучения аудитории.
27. Структура и свойства массового сознания.
28. Технология получения социологической информации об аудитории.
29. Современные информационные каналы и их роль в массовых коммуникациях.
30. Понятие и виды коммуникации.
31. Функции СМИ: уровень общества, уровень группы, уровень личности.

32. Поиск информации в Интернет
33. Проведение Интернет-опросов
34. Преимущества и недостатки Интернет-канала коммуникации как медиа-носителя
35. Участие в форумах, блогах и дискуссионных листах.
36. Позиционирование компании в социальных сетях
37. Способы управления общественным мнением
38. Медиаметрический анализ: основные задачи и показатели
39. Информационный аудит и составление медиапортрета
40. Информационная безопасность компании
41. Управление лояльностью СМИ
42. Контент-анализ как метод анализа массовой коммуникации, практическое применение и основные показатели.

Оценка знаний студента на зачете с оценкой носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на зачете;
- учебными достижениями в семестровый период.

Знания, умения, навыки студента на экзамене оцениваются оценками: «отлично» – 5 (зачет), «хорошо» – 4 (зачет), «удовлетворительно» – 3 (зачет), «неудовлетворительно» – 2 (незачет). Кроме того, студенту выставляется оценка в соответствии с балльно-рейтинговой системой. Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой.

Шкала оценивания

| Баллы (рейтинговой оценки), % | Оценка | Требования к знаниям |
|-------------------------------------|-----------------------|--|
| 100-81 | 5, «отлично» зачет | <ul style="list-style-type: none"> – Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение. – Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом. |
| 80-61 | 4, «хорошо» зачет | <ul style="list-style-type: none"> – Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. |

| | | |
|-------|--|--|
| | | <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.</p> |
| 60-41 | 3, «удовлетворительно» зачет | <p>– Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</p> |
| 40-0 | 2, «неудовлетворительно» незачет | <p>– Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</p> |

4.4. Методические материалы

Занятия по дисциплине представлены следующими видами работы: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов.

На практических занятиях студенты изучают понятийный аппарат философского знания; выполняют задания, связанные с применением философского категориального аппарата и общелогических методов научного исследования при анализе профессиональных и социально-мировоззренческих проблем; приобретают навыки публичного выступления и дискуссии.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем. Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы

Активность студента по дисциплине оценивается по его выступлениям на практических занятиях.

Оценивание работы студента на семинарских занятиях осуществляется по следующим критериям:

– «Отлично» – активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.

– «Хорошо» – недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемость.

– «Удовлетворительно» – ответы на семинарах отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.

– «Неудовлетворительно» – пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше, для получения более высоких оценок.

Кроме того, оценивание студента проводится на контрольной неделе в соответствии с распоряжением проректора по учебной работе. Оценивание студента на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения студента по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание студента на занятиях осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы. Оценивание студента на контрольной неделе также осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

Студент допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка студента носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на зачете с оценкой;
- учебными достижениями в семестровый период.

Критерии оценивания устного ответа

Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

Критерии оценивания включают в себя:

- 1) полноту и правильность ответа;
- 2) степень осознанности, понимания изученного;
- 3) языковое оформление ответа

– Оценка «отлично» ставится, если студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

– Оценка «хорошо» ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

– Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

– Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Критерии оценивания мини-реферата с использованием презентации

– Оценка «отлично» выставляется студенту, если содержание сообщения соответствует заявленной в названии тематике; сообщение имеет чёткую композицию и структуру; в тексте сообщения отсутствуют логические нарушения в представлении материала; представлен качественный анализ найденного материала, материал иллюстрирован в презентации в полном объеме, студент уверенно отвечает на возникающие у аудитории вопросы по теме сообщения.

– Оценка «хорошо» выставляется студенту, если содержание сообщения соответствует заявленной в названии тематике; сообщение имеет чёткую композицию и структуру; в тексте сообщения отсутствуют логические нарушения в представлении материала; представлен качественный анализ найденного материала; материал иллюстрирован в презентации в полном объеме либо есть недочеты, присутствуют случаи неуверенного ответа на возникающие у аудитории вопросы по теме сообщения.

– Оценка «удовлетворительно», – если содержание сообщения соответствует заявленной в названии тематике; в целом сообщение имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте сообщения есть логические нарушения в представлении материала; представлен частичный анализ найденного материала; материал иллюстрирован в презентации не полностью, студент неуверенно либо вообще не отвечает на возникающие у аудитории вопросы по теме сообщения.

– Оценка «неудовлетворительно», – если содержание сообщения соответствует заявленной в названии тематике; в целом сообщение имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте сообщения есть логические нарушения в представлении материала; отсутствует анализ найденного материала; материал иллюстрирован в презентации не полностью либо презентация отсутствует вовсе, студент не отвечает на возникающие у аудитории вопросы по теме сообщения.

Критерии оценивания эссе

«Отлично»:

- 1) во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, выполнена задача заинтересовать читателя
- 2) в основной части логично, связно и полно доказывается выдвинутый тезис
- 3) заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части

«Хорошо»:

- 1) во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, в известной мере выполнена задача заинтересовать читателя
- 2) в основной части логично, связно, но недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис
- 3) заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части

«Удовлетворительно»:

- 1) во введении тезис сформулирован нечетко или не вполне соответствует теме эссе
- 2) в основной части выдвинутый тезис доказывается недостаточно логично (убедительно) и последовательно
- 3) заключение и выводы не полностью соответствуют содержанию основной части

«Неудовлетворительно»:

- 1) во введении тезис отсутствует или не соответствует теме эссе
- 2) в основной части нет логичного последовательного раскрытия темы
- 3) выводы не вытекают из основной части

Критерии оценки участия студента в кейсах и дискуссиях

Учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ предмета), а также – умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

Шкала оценивания

Мини-реферат и презентация, текст эссе, участие в кейсе и дискуссии оценивается: 0 – 5 баллов.

5 баллов – оценка «отлично»

3-4 балла – оценка «хорошо»

1-2 балла – оценка «удовлетворительно»

0 баллов – оценка «неудовлетворительно»

Максимальный балл – 5.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

На первом занятии преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации; во время последующих аудиторных занятий – доводит до студентов информацию о результатах текущего контроля успеваемости.

С целью обеспечения успешного обучения студенту необходимо готовиться к лекции, она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции

Практические занятия по дисциплине предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций, с проведением контрольных мероприятий.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;

Вопросы для самопроверки

| № раздела | Вопросы для самопроверки |
|-----------|---|
| 1 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Какие основные факторы эффективности PR вы знаете 2. В чем состоит необходимость интеграции всех компонентов маркетинговых коммуникаций? 3. Определите понятия «PR воздействие», «эффективность PR» и «эффект PR» и объясните их значимость в процессе создания PR проекта |
| 2 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Как осуществляется позиционирование новости в СМИ? 2. Перечислите основные виды PR-материалов. 3. Какие жанры журналистики вы знаете? В чем заключаются их особенности? 4. Каким образом можно усилить содержание новости? |
| 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое контент-анализ коммуникации? 2. При каких условиях наиболее эффективно использование контент-анализа? 3. Что представляет собой пропагандистский анализ и какова его специфика? 4. Как происходит анализ слухов? 5. Назовите известные вам методы анализа текстов политических лидеров. |
| 4 | <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключается различие между выборочной и генеральной совокупностью? 2. С какой целью в PR проводятся мониторинговые исследования? 3. Приведите примеры кабинетных и полевых исследований в области PR. 4. Для чего необходимо транскрипирование СМИ? 5. Что представляет собой методика ACORN? Чем вызвана её |

| | |
|---|---|
| | популярность? |
| 5 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Назовите основные этапы планирования PR-кампании? 2. Почему важно правильно определять цели PR-проекта при планировании? 3. В чем заключается отличие стратегии и тактики в планировании? Поясните ответ на примере из области планирования мероприятий по связям с общественностью. 4. Перечислите основные средства PR. 5. Для чего важно оценивать эффективность PR-кампании? |
| 6 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте определение понятию PR аудит? Как часто его проводят для оценки PR политики компании? 2. Назовите основные параметры PR аудита и источники информации. 3. Каким методом оценивают уровень медиа связей предприятия? 4. Что представляет собой мониторинг СМИ? 5. Для чего строятся диаграммы паутины в PR проекте? |

Подготовка к зачету

К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере получаемых знаний и умений по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента. Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов, ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад также может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме, адаптированной для лиц с нарушением зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад также может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры. В таком случае вопросы и практическое задание выбираются самим преподавателем.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Основная литература

1. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=634963>
2. Гринберг Т.Э. Политические технологии. PR и реклама Аспект Пресс 2012
<http://www.iprbookshop.ru/9021>

6.2. Дополнительная литература

1. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике / Осипова Е.А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-103662-4 (online)
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=523515>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Terence A. Shimp Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing. Cengage South-Western. 2013
2. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 329 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-004922-9
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=254819>
3. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с.: 60х88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-006212-9, 500 экз.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=368021>
4. Азарова Л.В., Ачкасова В.А., Иванова К.А., Кривоносов А.Д., Филатова О.Г. Ситуационный анализ в связях с общественностью. Серия: Учебник для вузов. СПб: Питер, 2009 г.
5. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом. Серия: Вузовский учебник, М.: Вузовский учебник, Инфра-М, 2010 г.
6. Минаева Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика. М.: Аспект Пресс, 2010 г.
7. Сагинова О.В., Скоробогатых И.И. и др. Интегрированные коммуникации. М.: Академия, 2014
8. Синяева И. Интегрированные маркетинговые коммуникации. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012
9. Федотова Л. Общественное мнение и журналистика. М.: Издательство МГУ, 2011.
10. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование к рекламе, связях с общественностью и журналистике. М.: Дашков и Ко, 2011 г.

6.4. Нормативные правовые документы
Не используются.

6.5. Интернет-ресурсы
www.biblioclub.ru – университетская библиотека онлайн

6.6. Иные источники

1. <http://www.advertology.ru/> - Лаборатория рекламы
2. <http://www.btl-mag.ru/> - BTL-magazine
3. <http://www.grebennikov.ru/> - Маркетинг и маркетинговые исследования в России
4. <http://www.mediaguide.ru/> - MediaGuide — портал о медиабизнесе для профессионалов
5. <http://www.polittech.ru/> - Энциклопедия массовых психотехнологий
6. <http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp> – ЗАО TNS
7. www.dis.ru - Маркетинг в России и за рубежом

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и

помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics - Электронный словарь.

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS

Web of Science

Wiley Online Library

World Bank Elibrary

Архивы научных журналов NEICON

Интернет-сервис «Антиплагиат»

Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»
ЭБС Издательства "Лань"
ЭБС Юрайт
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»