

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.ДВ.3.1 Оценка эффективности PR проектов

**Автор:** К.э.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью А.Б. Цветкова

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.04.02 Менеджмент, «Управление рекламным и медиабизнесом»

**Квалификация (степень) выпускника:**

Магистр

**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенцию в области самостоятельных исследований проблемного поля в сфере PR и бренд-менеджмента: планирование и программирование (стратегический анализ, разработка предложения, утверждение программы), осуществление действий и коммуникаций (реализация программы), оценки программы (результаты, последствия, коррективы), как основы будущей профессиональной деятельности.

**План курса:**

№ 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.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 4	Исследования в PR	<p>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.</p> <p>Изучение отношений со средствами массовой информации, потребителями, сотрудниками, с государством и местной общественностью, инвесторами.</p> <p>Маркетинговые исследования в Интернет. Социологические опросы, ACORN, MOSIAC, непрерывные исследования. Специальные методы в</p>
Тема 5	Планирование кампании по связям с общественностью. Основные этапы планирования.	<p>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 релейшнз. Выбор целевых аудиторий и описание профиля.</p> <p>Бюджет PR-кампании. Методы определения бюджета, их преимущества и недостатки. Выбор медиа-средств и методы работы с ними. Формирование долговременных</p>
Тема 6	Оценка эффективности PR-кампании и PR политики	<p>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.</p>

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

**4В 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	Вопросы к диспуту
Особенности работы СМИ. Позиционирование новостей.	ТС Вопросы к диспуту

Методы анализа массовой коммуникации.	ТС Вопросы к диспуту
Исследования в PR	ТС Вопросы к диспуту
Планирование кампании по связям с общественностью. Основные этапы планирования.	ТС Вопросы к диспуту
Оценка эффективности PR-кампании и PR политики	ТС Вопросы к диспуту

Зачет в устной форме по основным категориям и понятиям с использованием метода «решение типовых ситуаций».

#### **Основная литература:**

1. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело, 2016. - 520 с.: 60х90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=634963>
2. Гринберг Т.Э. Политические технологии. ПР и реклама. – М.: Аспект Пресс, 2012 <http://www.iprbookshop.ru/9021>