

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Эффективность рекламной и PR деятельности»

Направление подготовки:	<u>42.03.01 – Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль:	<u>Реклама и связи с общественностью в отрасли</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов всесторонних знаний, практических навыков решения конкретных задач в процессе работы над повышением эффективности рекламы или разработки эффективной рекламной и PR - кампании.

Задачи обучения: дать студентам необходимый уровень знаний об общих методологических подходах в оценке эффективности рекламной продукции; дать студентам необходимый уровень знаний о конкретных методах оценки эффективности рекламы и PR; сформировать навыки проведения оценки эффективности рекламной продукции и связей с общественностью.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Эффективность рекламной и PR деятельности" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКС-1	Способен разрабатывать программы мероприятий рекламы и связей с общественностью для решения проблем, целевых задач и успешного экономического развития организации и отрасли
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

4 зачетных единиц (144 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины «Эффективность рекламной и PR деятельности» осуществляется в форме лекционных и практических занятий. Лекционные занятия проходят с применением мультимедийных технологий, демонстрацией слайдов и видеороликов. Лабораторные работы организованы с использованием технологий развивающего обучения. Часть практического курса выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративный разбор различных видов анализа международного бизнеса). Остальная часть практического курса проводится с использованием интерактивных (диалоговые) технологий, в том числе разбор и анализ конкретных ситуаций; дискуссионное обсуждение результатов выполнения индивидуальных занятий, технологий, основанных на коллективных способах обучения, а так же с использованием компьютерной тестирующей системы. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка учебного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к промежуточным контролям, подготовка устных докладов и презентационных материалов по специфике курса. К интерактивным (диалоговым) технологиям относятся отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточным контролям в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным разделам и

технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на разделы, представляющих собой логически завершенный объем учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (подготовка устных докладов и презентаций по тематике курса) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые устные опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях.

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

Тема: Эффективность рекламы: понятие сущность, виды.

Связи с общественностью в системе научного знания. Междисциплинарная, комплексная природа PR. Когнитивный и прагма-тический подходы к изучению публич рилейшнз. Категориальный аппарат связей с общественностью Основы социологии, социопсихологии, менеджмента как база, обуславливающая интегративный характер системы понятийных кате-горий публич рилейшнз.

Возникновение и развитие PR как сферы профессиональной деятельности и социального института.

Социальные, экономические, политические, причины возникновения связей с общественностью. Интерференция нескольких измерений исторического процесса как основа периодизации PR: истории общества, истории специфической деятельности в этом обществе, истории социальной мысли, отражающей их динамику.

Тема: Экономическая эффективность рекламы: выбор критериев оценки

Коммуникация как социальный процесс Понятие и природа коммуникации. Основные методологические направления исследований социальной коммуникации: исследования в сфере коммуникаций воздействия, психодинамическое, социокультурное направление. PR как вид социальной коммуникации. Реализация коммуникативных стратегий в различных моделях PR

Основные формы вербальных коммуникаций в публич рилейшнз Роль вербальной коммуникации в системе связей с общественностью.

Тема: Факторы, влияющие на экономическую эффективность рекламы.

Имидж как инструмент общения и воздействия на групповое и массовое сознание

Роль PR-технологий в формировании общественного мнения

Миф как продукт PR, средство управления общественным сознанием и настроением

Тема: Факторы, влияющие на экономическую эффективность рекламы.

TK1 – текущий контроль по разделам 1-3 (устный опрос, подготовка устных докладов и презентаций по тематике курса)

Тема: Реклама как форма инвестирования. Объем продаж, прибыльность и ROI

PR-деятельность в коммуникативных сферах менеджмента и маркетинга

Взаимодействие PR с другими видами управленческой деятельности, в том числе с GR.

Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью

PR-коммуникация как средство управления кризисами.

Экзамен