

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**



Рабочая программа дисциплины (модуля),  
как компонент образовательной программы  
высшего образования - программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Эффективность рекламной и PR деятельности**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде  
электронного документа выгружена из единой  
корпоративной информационной системы управления  
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)  
ID подписи: 2575  
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья  
Петровна  
Дата: 01.06.2021

### 1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения дисциплины является понимание обучающимися принципов оценки эффективности проведения рекламной и PR-кампании.

Задачами освоения дисциплины является формирование у обучающихся целостного представления о показателях эффективности рекламной и PR-деятельности, технологиях продвижения и создании креативного брифа.

### 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

**ПК-1** - Способен разрабатывать рекламную кампанию с применением цифрового инструментария создавать контент и применять основные технологии внутренних и внешних коммуникаций при продвижении продукта;

**ПК-3** - Способен оценивать эффективность рекламной деятельности и результатов продвижения продукции, анализировать и определять эффективность проведения PR-кампаний коммерческого и социального значения.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

#### **Владеть:**

аналитическими навыками оценки эффективности рекламной и PR-кампании, навыками составления аналитического текста и презентации результатов расчетов.

#### **Знать:**

принципы расчета эффективности рекламной и PR-деятельности, методику расчета окупаемости вложений в рекламу, основы создания креативного брифа.

#### **Уметь:**

применять финансово-стоимостной анализ эффективности деятельности предприятия и анализировать результаты продвижения рекламной и PR-кампании, составлять креативный бриф, формировать предложения по совершенствованию, применять актуальные методики маркетингового анализа.

### 3. Объем дисциплины (модуля).

### 3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).

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

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Сем. №6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	76	76
В том числе:		
Занятия лекционного типа	28	28
Занятия семинарского типа	48	48

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 68 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

## 4. Содержание дисциплины (модуля).

### 4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	1. Сущность и значение экономической эффективности рекламной и PR деятельности 1.1. Эволюция показателей эффективности в рекламе и PR. 1.2. Классификация показателей эффективности.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	1.3. Влияние цифровизации на показатели эффективности.
2	2. Реклама как форма инвестирования 2.1. Методы нормирования рекламного бюджета.2.2. Показатели эффективности вложений в рекламу (ROS, ROI, NMC) и их практическое применение.
3	3. Критерии определения качества контента 3.1. Качественный и количественный анализ контента.3.2. Влияние контента на стратегию продвижения.
4	4. Создание креативного брифа для целей повышения эффективности 4.1. Определение креативного брифа и его практического применения.4.2. Целеполагание и основные этапы разработки креативного брифа.
5	5. Оценка эффективности рекламной кампании 5.1. Основные показатели эффективности рекламной кампании (LTV, САС ,CPA и тп).5.2. Критерии определения успешной/провальной рекламной кампании.

#### 4.2. Занятия семинарского типа.

##### Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	1. Экономическая эффективность 1.1. Понятие операционной эффективности, кассового разрыва, возврата инвестиций. 1.2. Способы расчета операционной прибыли и маржи проекта.
2	2. Реклама как форма инвестирования 2.1. Оборонительные и наступательные стратегии. Влияние на показатели эффективности.2.2. Основные показатели эффективности вложений в рекламный бюджет (ROS, ROI, NMC).
3	3. Эффективность рекламной кампании 3.1. Расчет стоимости клиента (Customer Acquisition Cost) и жизненной ценности клиента (LTV, lifetime value). 3.2. Анализ успешной/провальной рекламной и PR-кампании.

#### 4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к защите проекта
2	Подготовка к практическим занятиям
3	Работа с лекционным материалом
4	Работа с литературой
5	Выполнение курсовой работы.
6	Подготовка к промежуточной аттестации.
7	Подготовка к текущему контролю.

4.4. Примерный перечень тем курсовых работ  
«Эффективность рекламной и PR деятельности». Курсовая работа

состоит из кейс-заданий, исходные данные для которых студенту выдаются в соответствии с вариантом.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 475 с.	<a href="https://urait.ru/bcode/477307">https://urait.ru/bcode/477307</a>
2	Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 159 с.	<a href="https://urait.ru/bcode/477078">https://urait.ru/bcode/477078</a>

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ): <http://library.miit.ru>

Федеральная служба государственной статистики: <https://www.gks.ru>

Портал бизнес-кейсов компании «Яндекс» [yandex.ru/adv/solutions/cases](http://yandex.ru/adv/solutions/cases)

Бизнес-портал для маркетологов [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Офисный пакет приложений Microsoft Office

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения аудиторных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Курсовая работа в 6 семестре.

Экзамен в 6 семестре.

## 10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, к.н. кафедры «Экономика и  
управление на транспорте»

Н.В. Терешина

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

Н.П. Терешина

Председатель учебно-методической  
комиссии

М.В. Ишханян