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 - программа 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: 72869
Подписал: заведующий кафедрой Данилина Мария Геннадьевна
Дата: 01.06.2023

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения дисциплины является понимание обучаемыми 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):

ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ПК-3 - Способен анализировать стратегию проведения PR-кампаний коммерческого и социального значения, оценивать эффективность результатов продвижения.

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.

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.

Знать:

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

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	Семестр №7
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	80	80
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32
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 64 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	Сущность и значение экономической эффективности рекламной и PR деятельности. Рассматриваемые вопросы: - классификация показателей эффективности; - критерии эффективности; - принципы эффективности в рекламе и PR

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
2	Эволюция показателей эффективности в рекламе и PR Рассматриваемые вопросы: - история возникновения методов оценки рекламы и PR; - особенности оценки эффективности рекламы и PR; - методические подходы к оценке эффективности в рекламе и PR.
3	Влияние цифровизации на показатели эффективности Рассматриваемые вопросы: - особенности цифровой трансформации в рекламе; - особенности цифровой трансформации в PR-коммуникациях.
4	Реклама как форма инвестирования Рассматриваемые вопросы: - целевые параметры совершенствования рекламы и PR; - роль рекламы и PR в развитии бизнеса
5	Методы нормирования рекламного бюджета Рассматриваемые вопросы: - понятие рекламного бюджета; - особенности формирования рекламного бюджета.
6	Критерии определения качества контента Рассматриваемые вопросы: - современные требования к формированию рекламного контента; - качественный и количественный анализ.
7	Экономическая эффективность рекламы Рассматриваемые вопросы: - роль экономической оценки эффективности рекламы в управлении бизнесом; - показатели эффективности вложений в рекламу (ROS, ROI, NMC) и их практическое применение.
8	Оценка эффективности рекламной кампании. Рассматриваемые вопросы: - основные метрики эффективности рекламной кампании (LTV, CAC , CPA, CPT, CR, ROMI и тп); - критерии определения успешной/провальной рекламной кампании.
9	Коммуникативная эффективность рекламы и PR Рассматриваемые вопросы: - особенности оценки коммуникативной эффективности; - методы и модели коммуникативной эффективности.
10	Формирование цели рекламной кампании Рассматриваемые вопросы: - формирование цели по технологии SMART; - значение целеполагания для оценки эффективности.
11	Стратегия создания сайта (лендинга) Рассматриваемые вопросы: - структура сайта; - современные цифровые технологии оптимизации сайта; - UX-дизайн
12	Составление плана рассылок (Email-маркетинг) Рассматриваемые вопросы: - разновидности и периодичность рассылок; - подготовка типового оформления писем (шаблона).
13	Методы совершенстования оценки эффективности PR-кампании в цифровой среде Рассматриваемые вопросы:

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- тенденции развития цифровых коммуникаций; - основные инструменты работы PR-менеджера.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Реклама как форма инвестирования. В результате работы на практическом занятии студент осваивает навык стратегического мышления, знакомится с целеполаганием оборонительных и наступательных стратегий.
2	Основные показатели эффективности рекламных вложений (ROS, ROI, NMC). В результате работы на практическом занятии студент осваивает навык расчета и анализа эффективности показателей окупаемости рекламных вложений.
3	Расчет стоимости клиента (Customer Acquisition Cost) и жизненной ценности клиента (LTV, lifetime value). В результате работы на практическом занятии студент осваивает навык расчета и анализа эффективности показателей окупаемости рекламных вложений.
4	Анализ успешной/провальной рекламной и PR-кампании В результате работы на практическом занятии студент преобретает аналитический навык оценки эффективности кампаний в области рекламы и связей с общественностью.
5	Коммуникативная эффективность рекламы и PR В результате работы на практическом занятии студент получает знания о коммуникативной эффективности рекламы и учится практическому применению данной стратегии с учетом современных технологий.
6	Особенности оценки коммуникативной эффективности В результате работы на практическом занятии студент получает знания о коммуникативной эффективности рекламы и учится особенностям оценки коммуникативной эффективности.
7	Формирование цели рекламной кампании В результате работы на практическом занятии студент приобретает навык формирования цели рекламной кампании.
8	Формирование цели по технологии SMART В результате работы на практическом занятии студент приобретает навык формирования цели рекламной кампании с применением технологии SMART.
9	Основы проектирования в рекламе и PR В результате работы на практическом занятии студент приобретает навык проектирования в рекламе и PR с применением технологии SMART
10	Стратегия создания сайта (лендинга) и структура сайта В результате работы на практическом занятии студент преобретает навык создания сайта с применением конструктора Tilda cc и прототипирования структуры сайта.
11	Современные цифровые технологии оптимизации сайта В результате работы на практическом занятии студент преобретает навык работы с современными цифровыми технологиями оптимизации сайта (SEO, SEM).
12	UX/UI дизайн В результате работы на практическом занятии студент осваивает навык UX/UI дизайна и его эффективного применения.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
13	Составление плана рассылок (Email-маркетинг) В результате работы на практическом занятии студент осваивает навык составления плана рассылок (Email-маркетинг) и эффективного инструментария его создания.
14	Подготовка типового оформления писем (шаблона) В результате работы на практическом занятии студент осваивает навык составления плана рассылок (Email-маркетинг) и типового оформления писем (шаблона).
15	Сравнение стоимости клиента В результате работы на практическом занятии студент знакомится с понятием, сущностью и содержанием стоимости клиента (CAC), осваивает навык его эффективного применения и сравнения.
16	Сравнение стоимости лида в разрезе каждого канала В результате работы на практическом занятии студент знакомится с понятием, сущностью и содержанием стоимости лида в разрезе каждого канала коммуникации.
17	Тенденции развития цифровых коммуникаций В результате работы на практическом занятии студент приобретает аналитический навык определения тенденций развития цифровых коммуникаций.
18	Основной инструментарий PR-менеджера В результате работы на практическом занятии студент приобретает аналитический навык работы с современным инструментарием PR-менеджера (медиалогия, Brand analytics, similarweb)

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

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

1.Анализ методов оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.

2.Влияние различных видов рекламы и PR на эффективность рекламной кампании.

3.Оценка эффективности использования социальных сетей в рекламной и PR-деятельности.

4.Эффективность использования интернет-технологий для продвижения товаров и услуг.

5.Методы измерения эффективности телевизионной рекламы и PR.

6.Оценка экономической эффективности рекламных и PR-кампаний.

7.Психологические аспекты восприятия рекламы и PR и их влияние на эффективность кампании.

8.Особенности оценки эффективности комплексных рекламных и PR-кампаний.

9.Исследование эффективности различных видов наружной рекламы и PR.

10.Оценка влияния рекламных акций, скидок и других маркетинговых инструментов на продажи и общую эффективность кампании.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Музыкант, В. Л. 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, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6.	URL: https://urait.ru/bcode/512271 (дата обращения: 25.04.2023). Текст : электронный
2	Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519472 (дата обращения: 25.04.2023). Текст : электронный
3	Никитин М.В., Булахова П.А. Эффективность	http://library.miit.ru/bookscatalog/2024/Nikitin_Bulahova.pdf (дата обращения: 19.03.2024). Текст: электронный

	рекламной и PR-деятельности. Методические рекомендации к курсовой работе. – М.: РУТ (МИИТ), 2023. - … стр 15	

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

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (https://www.miit.ru/).

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

Образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/).

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс» (https://www.consultant.ru/), «Гарант» (https://www.garant.ru/)

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (http://e.lanbook.com/).

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

Яндекс. Браузер.

Операционная система Microsoft Windows.

Офисный пакет приложений Microsoft 365 и приложения 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 7 семестре.

Экзамен в 7 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

профессор, профессор, д.н. кафедры «Экономика и управление на транспорте» В.А. Подсорин

ассистент кафедры «Экономика и управление на транспорте» П.А. Булахова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической комиссии М.В. Ишханян