

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



Рабочая программа дисциплины (модуля),  
как компонент образовательной программы  
базового высшего образования  
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: 08.06.2026

## 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-3** - Способен анализировать стратегию проведения PR-кампаний и оценивать эффективность результатов продвижения на основе медиааналитики и больших данных;

**УК-9** - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

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

### **Знать:**

Базовые принципы экономического анализа: расчёт затрат, выручки, маржинальности, точки безубыточности, сроков окупаемости.

Методы оценки альтернативных вариантов решений (сравнительный анализ, дисконтирование денежных потоков, анализ чувствительности).

### **Владеть:**

Навыком построения простых финансовых моделей для прогнозирования результатов экономических решений.

Способностью аргументировать выбранное экономическое решение перед стейкхолдерами с использованием количественных данных и визуализации (графики, диаграммы, таблицы).

### **Уметь:**

Рассчитывать финансовые последствия управленческих решений (изменение цены, объёма производства, инвестиции в проект) в табличном процессоре.

Сопоставлять затраты и выгоды различных вариантов действий, выбирая оптимальный с учётом ограниченных ресурсов.

## 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, САС, 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.

#### 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.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
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 приобретает 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 приобретает 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 приобретает 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.
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.

#### 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

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:	URL: <a href="https://urait.ru/bcode/512271">https://urait.ru/bcode/512271</a> (дата обращения: 09.06.2026). Текст : электронный

	<p>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. 2023</p>	
2	<p>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. 2023</p>	<p>Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/519472">https://urait.ru/bcode/519472</a> (дата обращения: 09.06.2026). Текст : электронный</p>
3	<p>Никитин М.В., Булахова П.А. Эффективность рекламной и PR-деятельности. Методические рекомендации к курсовой работе. — М.: РУТ</p>	<p>НТБ РУТ МИИТ <a href="http://library.miiit.ru/bookscatalog/2024/Nikitin_Bulahova.pdf">http://library.miiit.ru/bookscatalog/2024/Nikitin_Bulahova.pdf</a> (дата обращения: 09.06.2026). Текст: электронный</p>

	(МИИТ), 2023. - ... стр 15 2023	
4	Структура и правила оформления курсовых работ (проектов), отчетов по практикам и выпускных квалификационных работ 2025	НТБ РУТ МИИТ: <a href="https://library.miit.ru/bookscatalog/2024/MU_oformlenie_VKR_i_dr.2025.pdf">https://library.miit.ru/bookscatalog/2024/MU_oformlenie_VKR_i_dr.2025.pdf</a> (дата обращения:06.06.2026). Текст:электронный

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:

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

М.В. Никитин

старший преподаватель кафедры  
«Экономика и управление на  
транспорте»

П.А. Булахова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической  
комиссии

М.В. Ишханян