

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра теории и практики общественных связей

МЕДИААНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Код и наименование направления подготовки/специальности

Конструирование инновационного медиапродукта

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: **бакалавриат**

Форма обучения: **очно-заочная**

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Медиаанализ и оценка эффективности

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

к. полит. н., доцент кафедры теории и практики общественных связей Е.Н. Жукова

.....

Ответственный редактор:

*доктор. филос. наук, профессор, заведующий кафедрой
теории и практики общественных связей С.В. Клягин*

.....

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры теории
и практики общественных связей

№ 7 от 16.03.2024г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины	5
4. Образовательные технологии	6
5. Оценка планируемых результатов обучения	10
5.1 Система оценивания	10
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	10
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	14
6.1 Список источников и литературы	14
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	15
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	15
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	15
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	16
9. Методические материалы	17
9.1 Планы семинарских занятий	17
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	22
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	24

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - овладение студентами методами медиааналитического исследования и оценки эффективности коммуникаций.

Задачи дисциплины:

- 1) сформировать готовность студентов к проведению медиаанализа при планировании рекламной или PR-кампании;
- 2) способствовать формированию умения анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных коммуникационных задач;
- 3) создать условия для овладения навыками оценки жизнеспособности коммуникационного проекта.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Анализирует имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивает и выбирает оптимальные способы решения поставленных задач;	<i>Знать:</i> методы оценки жизнеспособности коммуникационного проекта. <i>Уметь:</i> анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения. <i>Владеть:</i> навыками оценки вариантов решения поставленных коммуникационных задач.
ПК-4. Способен определять требования к проекту и анализировать его среду, планировать работы и ресурсы, организовывать коммуникации проекта.	ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	<i>Знать:</i> методы исследований, их возможности и ограничения. <i>Уметь:</i> интерпретировать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта. <i>Владеть:</i> навыками формулирования практических рекомендаций на основе проведенных исследований.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиаанализ и оценка эффективности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Основы профессиональной деятельности, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Исследования в связях с

общественностью, Социология в рекламе и связях с общественностью, Психология в рекламе и связях с общественностью, Теория и практика связей с общественностью, Организация научно-исследовательской работы.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Маркетинг медиапродукта в дифференцированной культурной среде, Преддипломная практика, Научно-исследовательская работа.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

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

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
VII	Лекции	8
VII	Семинары	16
Всего:		24

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Основы медиаанализа	Контроль качества коммуникаций: информационный аудит, коммуникационный аудит, медиааудит. Показатели подготовки и реализации информационной атаки. Выбор тактики нейтрализации инфоатаки и показатели выхода темы из «горячей» зоны. Методика изучения кейсов сообщества. Прогноз будущего состояния инфополя: циклы, тренды, опережающие индикаторы.
2	Планирование и проведение медиааналитического исследования	Этапы медиааналитического исследования. Медиааналитические продукты. Модели планирования исследования. Параметры медиаанализа. Онлайн-инструменты анализа и мониторинга СМИ и соцмедиа. Технология больших данных (big data) и глубинного анализа данных (data mining). Обзор показателей компьютеризированного анализа.
3	Методы оценки эффективности коммуникаций	Оценка состояния информационного поля. Модели оценки эффективности коммуникационных программ. Оценка коммуникационных активов: имидж, бренд, репутация. Обзор относительных и суммарных показателей медиаактивности. Разработка собственных метрик для мониторинга и анализа инфополя.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

№ п/п	Наименование раздела (тем)	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Основы медиаанализа	Лекция № 1 (2 ч.)	1. Анализ проблем, трендов и прогнозов по теме. 2. Обзор литературы и источников по теме.
		Семинар № 1 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, источники и литература, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.
		Самостоятельная работа № 1 (7 ч.)	1. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с литературой и источниками. 2. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с рекомендованными сервисами и инструментами.
		Лекция № 2 (2 ч.)	1. Обзор теоретических и методических оснований для исследований по теме. 3. Обзор технологий для решения профессиональных задач по теме.
		Семинар № 2 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль результата индивидуальной подготовки к выполнению задания.
		Самостоятельная работа № 2 (7 ч.)	1. Организация команды и выбор способа решения задания – исследование или проект. 2. Командная работа по выполнению задания.

		Лекция № 3 (2 ч.)	1. Моделирование результатов решения профессиональных задач по теме. 2. Анализ лучших практик по теме.
		Семинар № 3 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль уровня готовности команды и промежуточного результата командной работы.
		Самостоятельная работа № 3 (8 ч.)	1. Проверка и корректировка результата работы. 2. Подготовка доклада об итоговом результате работы.
		Семинар № 4 (2 ч.)	1. Доклад об итоговом результате самостоятельной работы. 2. Оценка итогового результата по выполнению задания и рекомендации по развитию исследования или проекта.
2.	Планирование и проведение медиааналитического исследования	Лекция № 4 (2 ч.)	1. Анализ проблем, трендов и прогнозов по теме. 2. Обзор литературы и источников по теме.
		Семинар № 5 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, источники и литература, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.
		Самостоятельная работа № 4 (7 ч.)	1. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с литературой и источниками. 2. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с рекомендованными сервисами и инструментами.
		Лекция № 5 (2 ч.)	1. Обзор теоретических и методических оснований для исследований по теме. 3. Обзор технологий для решения

			профессиональных задач по теме.
		Семинар № 6 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль результата индивидуальной подготовки к выполнению задания.
		Самостоятельная работа № 5 (7 ч.)	1. Организация команды и выбор способа решения задания – исследование или проект. 2. Командная работа по выполнению задания.
		Лекция № 6 (2 ч.)	1. Моделирование результатов решения профессиональных задач по теме. 2. Анализ лучших практик по теме.
		Семинар № 7 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль уровня готовности команды и промежуточного результата командной работы.
		Самостоятельная работа № 6 (8 ч.)	1. Проверка и корректировка результата работы. 2. Подготовка доклада об итоговом результате работы.
		Семинар № 8 (2 ч.)	1. Доклад об итоговом результате самостоятельной работы. 2. Оценка итогового результата по выполнению задания и рекомендации по развитию исследования или проекта.
3.	Методы оценки эффективности коммуникаций	Лекция № 7 (2 ч.)	1. Анализ проблем, трендов и прогнозов по теме. 2. Обзор литературы и источников по теме.
		Семинар № 9 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Постановка задания для

		самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, источники и литература, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.
	Самостоятельная работа № 7 (7 ч.)	1. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с литературой и источниками. 2. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с рекомендованными сервисами и инструментами.
	Лекция № 8 (2 ч.)	1. Обзор теоретических и методических оснований для исследований по теме. 3. Обзор технологий для решения профессиональных задач по теме.
	Семинар № 10 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль результата индивидуальной подготовки к выполнению задания.
	Самостоятельная работа № 8 (7 ч.)	1. Организация команды и выбор способа решения задания – исследование или проект. 2. Командная работа по выполнению задания.
	Лекция № 9 (2 ч.)	1. Моделирование результатов решения профессиональных задач по теме. 2. Анализ лучших практик по теме.
	Семинар № 11 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль уровня готовности команды и промежуточного результата командной работы.
	Самостоятельная работа № 9 (8 ч.)	1. Проверка и корректировка результата работы. 2. Подготовка доклада об итоговом результате работы.
	Семинар № 12 (2 ч.)	1. Доклад об итоговом результате самостоятельной работы.

		2. Оценка итогового результата по выполнению задания и рекомендации по развитию исследования или проекта.
--	--	---

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	35 баллов
- защита исследовательского проекта (темы 1-2)	25 баллов	25 баллов
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой (коллоквиум)		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A, B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	хорошо/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D, E	удовлетворительно/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F, FX	неудовлетворительно/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные средства текущего контроля

В соответствии с учебным планом в структуре дисциплины предусмотрена одна текущая аттестация.

Форма текущего контроля: проверка выполнения заданий семинарских занятий.

Дискуссии проходят строго в рамках тем семинарских занятий и дополнительных тем не требуют.

При оценивании выполнения заданий на семинарских занятиях учитывается (максимум 15 баллов):

- степень и полнота раскрытия параметров задания: задание выполнено полностью и без ошибок (5 баллов); задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности (1-4 балла);

- обоснованность содержания и выводов работы: задание выполнено полностью, обоснование содержания и выводов достаточны, рассуждения верны (5 баллов); задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны (1-4 балла);
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков (0-2 балла);
- умение применить теорию к незнакомым ситуациям (0-2 балла);
- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии, логическая последовательность изложения материала (1 балл).

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Форма проведения промежуточной аттестации: защита исследовательского проекта.

При проведении промежуточной аттестации (экзамена) студент должен подготовить и защитить исследовательский проект.

При оценивании исследовательского проекта учитывается (максимум 40 баллов):

- соблюдение формы и объема работы: 5 стр., 12 или 14 кегль, одинарный интервал, форматирование текста по ширине страницы (работы, скаченные из сети, и/или не соответствующие предложенной в задании структуре не принимаются) – 0-5 баллов;
- корректное употребление профессиональной терминологии, а также правильное понимание основных идей и концепций курса – 0-5 баллов;
- умение применить знания, полученные в рамках курса (проанализировать собранную информацию об организации в соответствии с логикой категорий и моделей построения связей с общественностью) – 0-15 баллов;
- умение ясно, логично, непротиворечиво и убедительно изложить результаты своего исследования в письменной (тест работы, презентация в программе Power Point) и устной (10-минутное выступление) формах – 0-10 баллов;
- наличие ссылок на использованные источники (Ф.И. автора, название публикации, название, год и место издания, ссылка URL) – 0-5 баллов.

Задание к промежуточной аттестации

Исследовательский проект: «Рекомендации по проведению коммуникационной кампании или созданию коммуникационного продукта»

Задание:

На основе медиаанализа, проделанного на семинарских занятиях, разработать систему предложений для проведения коммуникационной кампании или создания коммуникационного продукта.

Рекомендуемая структура проекта:

1. *аннотация проекта* (1 стр.):

- проблема,
- цели и задачи проекта решения данной проблемы,
- заказчик проекта,
- цели и задачи проекта,
- общественные группы,
- ключевые сообщения,
- коммуникативные каналы,

- перечень основных мероприятий,
- критерии эффективности.

2. *описание проекта* (9 стр.):

- обоснование существования выделенной вами проблемы,
- анализ вариантов решения данной проблемы и обоснование наиболее приемлемого из них,
- постановка целей и задач проекта по решению данной проблемы,
- характеристика потенциальных заказчиков и спонсоров проекта по решению данной проблемы,
- обоснование целей и задач проекта,
- обоснование выбора общественных групп, ключевых сообщений и коммуникативных каналов,
- аргументированное изложение программы мероприятий (почему выбраны такие форматы/каналы, желательное место и время проведения, возможные партнерские организации и/или круг лиц, которые могли бы быть в них заинтересованы, могли бы стать участниками, спонсорами, обеспечить информационную поддержку и т.д.)
- обоснование релевантности выделенных критериев эффективности (т.е. доказать, что именно с помощью данных КРІ можно проверить, насколько в результате осуществления проекта были достигнуты поставленные цели и задачи).

Правила оформления:

1. Выполняется на листах формата А4 (текст печатается только с одной стороны листа).
2. Страницы, за исключением титульного листа, нумеруются. Номер располагается сверху по центру.
3. Шрифт Times New Roman, кегль 14, полуторный интервал. Текст сносок: 12 кегль, одинарный интервал.
4. Каждая тематическая рубрика должна быть выделена жирным шрифтом.

Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет с оценкой)

1. Этапы медиааналитического исследования.
2. Медиааналитические продукты.
3. Качественные параметры медиааналитического исследования.
4. Количественные параметры медиааналитического исследования.
5. Контроль качества коммуникаций: информационный аудит, коммуникационный аудит, медиааудит.
6. Показатели подготовки и реализации информационной атаки.
7. Выбор тактики нейтрализации инфоатаки и показатели выхода темы из «горячей» зоны.
8. Методика изучения кейсов сообщества.
9. Прогноз будущего состояния инфополя: циклы, тренды, опережающие индикаторы.
10. Модели планирования исследования.
11. Онлайн-инструменты анализа и мониторинга СМИ и соцмедиа: Медиалогия.
12. Онлайн-инструменты анализа и мониторинга СМИ и соцмедиа: Интегрум Мониторинг.
13. Онлайн-инструменты анализа и мониторинга СМИ и соцмедиа: СКАН Интерфакс.
14. Онлайн-инструменты анализа и мониторинга СМИ и соцмедиа: LexisNexis (Nexis Newsdesk и Nexis Social Analytics).
15. Онлайн-инструменты анализа и мониторинга СМИ и соцмедиа: Brand Analytics.
16. Онлайн-инструменты анализа и мониторинга соцмедиа: YouScan.
17. Технология больших данных (big data).

18. Технология глубинного анализа данных (data mining).
19. Обзор показателей компьютеризированного анализа систем Медиалогия и СКАН Интерфакс.
20. Оценка состояния информационного поля.
21. Модели оценки эффективности коммуникационных программ.
22. Оценка коммуникационных активов: имидж, бренд, репутация.
23. Обзор относительных и суммарных показателей медиаактивности.
24. Разработка собственных метрик для мониторинга и анализа инфополя.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

основные

- Барселонские принципы. URL: <https://exlibris.ru/razvitie-industrii/barselonskie-printsipy/>.
- Интегрированная система оценки - единая система стратегического планирования и анализа PR-кампаний. URL: <https://exlibris.ru/razvitie-industrii/integrirovannaya-sistema-otsenki-ames/>.
- Таксономия оценки по отношению к стандартам (AMEC). URL: <https://amecorg.com/amecframework/ru/home/supporting-material/taxonomy/>.
- Классификатор коммуникационных индустрий. URL: <https://www.akospr.ru/standarty/klassifikator/>.

дополнительные

- Профессиональный стандарт специалиста по связям с общественностью. URL: <http://www.raso.ru/profstandart.php>.
- Национальный рейтинг коммуникационных компаний (HP2K). URL: <http://pracademy.ru/rejting-nr2k>.
- Всероссийский рейтинг АКМР «TOP-COMM». URL: <https://corpmedia.ru/rating/results/>.
- АКОС Russia PR Report 2020-2021. «Будущее PR глазами агентств». URL: <https://www.akospr.ru/ob-associacii/godovye-otchety/>.
- Business Insights Survey 2020. URL: https://www.akospr.ru/wp-content/uploads/2021/06/AKOS_Business_Insights_2020_1.pdf.
- ICCO World PR Report 2021-2022. URL: <https://iccopr.com/services/world-reports/download-our-2020-2021-report/>.
- GLOBAL TOP 250 PR AGENCY RANKING 2021. URL: <https://www.provokemedia.com/ranking-and-data/global-pr-agency-rankings/2021-pr-agency-rankings/top-250>.
- Global RepTrak 100, 2022. URL: <https://www.reptrak.com/rankings/>.
- European Communication Monitor (2021). URL: <https://www.communicationmonitor.eu/>.

Литература

основная

1. Нескрябина, О. Ф. Социально-психологический анализ медиасферы : учебное пособие / О. Ф. Нескрябина. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2019. - 164 с. - ISBN 978-5-7638-4073-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818918>.
2. Ефанов, А. А. Социология медиакультуры и медиаобразования : учебное пособие для вузов / А. А. Ефанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12432-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476511>.

дополнительная

3. Бруссард, М. Искусственный интеллект: пределы возможного / Мередит Бруссард ; пер. с англ. - Москва : Альпина нон-фикшн, 2020. - 362 с. - ISBN 978-5-00139-080-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1220958>.
4. Кастельс, М. Власть коммуникации : монография / М. Кастельс ; пер. с англ. Н. М. Тылевич, А. А. Архиповой ; под науч. ред. А. И. Черных ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 3-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 594 с. - (Переводные учебники ВШЭ). - ISBN 978-5-7598-2029-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209260>.
5. Добренъков, В. И. Методы социологического исследования : учебник / В.И. Добренъков, А.И. Кравченко. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 768 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-014888-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167877>.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских занятий

Семинар №1 по теме: «Проведение ручного мониторинга СМИ и подготовка полнотекстового мониторингового продукта»

Цель занятия: сформировать у студентов навыки проведение ручного мониторинга СМИ, а также подготовки полнотекстового мониторингового продукта.

Форма проведения – защита отчета. Подготовить устное сообщение и письменный текст (полнотекстовый мониторинг).

Задание:

1. Преподаватель закрепляет за каждым студентом объект медиаанализа (компанию из рейтинга ТОРСОММ).
2. Студент самостоятельно формирует поисковый запрос, состоящий из ключевых слов и логических операторов (при необходимости), для поиска свежих публикаций СМИ в цифровых сервисах Яндекс.Новости и Гугл.Новости.
3. Проводит поиск свежих публикаций СМИ в цифровых сервисах Яндекс.Новости и Гугл.Новости, проверяет выборку. Если выборка публикаций СМИ «грязная», уточняет поисковый запрос.
4. Регистрирует не менее 50 уникальных статей СМИ из сформированной поисковой выдачи в таблице Excel, а также фиксирует количество ее перепечаток.
5. Составляет полнотекстовый мониторинг в файле Word, состоящий из следующих компонентов:
 - титульного листа, на котором указывается название мониторингового продукта, период анализа, название и логотип компании;
 - содержания, в котором указывается перечень зарегистрированных статей СМИ, расположенных в хронологическом порядке от самых свежих к более старым, а также ссылку на URL страницы, на которых они содержатся;
 - полных текстов указанных статей.

Семинар №2 по теме: «Проведение мониторинга СМИ при помощи специализированных цифровых сервисов (Паблик.ру) и анализ коммуникативных каналов»

Цель занятия: сформировать у студентов навыки проведение мониторинга СМИ при помощи специализированных цифровых сервисов (Паблик.ру).

Форма проведения – защита отчета. Подготовить устное сообщение и таблицу Excel.

Задание:

1. Зарегистрироваться на сайте Паблик.ру и ознакомиться с функционалом данной базы для мониторинга СМИ. Повторить в базе поисковый запрос, аналогичный тому, который студент осуществлял в задании к семинару 1.
2. Зафиксировать общее количество упоминаний компании в СМИ по данным используемого сервиса за год, а также динамику ее медиаактивности по месяцам. Построить график медиаактивности организации за рассмотренный хронологический период.
3. Сравнить результаты ручного и автоматизированного мониторинга СМИ за рассматриваемый период.

4. На основании полнотекстового мониторингового продукта, подготовленного на семинаре 1, произвести следующие подсчеты и построить в таблице Excel соответствующие таблицы и графики:
 - Типологизировать издания, которые пишут о компании: общественно-политические, деловые, тематические и т.д.
 - Подсчитать, сколько раз компания упоминалась в каждом из выделенных вами типов изданий, представить результаты подсчетов в виде рейтинга (в табличной форме и в виде гистограммы), сделать вывод, почему были получены такие результаты.
 - Выделить десять изданий, в которых больше всего упоминалась выбранная вами проблема, представить результаты подсчетов в виде рейтинга (в табличной форме и в виде линейчатой диаграммы), сделать вывод, почему именно такого рода издания пишут о ней.

Семинар №3 по теме: «Контент-анализ в рамках проведения медиааналитического исследования»

Цель занятия: сформировать у студентов навыки проведения контент-анализа.

Форма проведения – защита отчета. Подготовить устное сообщение и таблицу Excel.

Задание:

1. На основании полнотекстового мониторингового продукта, подготовленного на семинаре 1, составить перечни:
 - тем и/или событий, в связи с которыми упоминается выбранная вами организация;
 - внутренних персоналий (спикеров и экспертов данной организации), которые дают интервью / комментарии прессе от имени данной организации;
 - внешних персоналий (представителей органов власти, НКО и НПО, внешних экспертов), которые дают интервью / комментарии прессе по поводу данной организации;
 - медиа-персоналий (журналистов), которые пишут статьи по данной проблеме.
2. Классифицировать выделенные выше темы/события/персоналии, подсчитать количество упоминаний каждой из выделенных единиц, представить результаты подсчетов в табличной форме и в виде лепестковых диаграмм. Кратко прокомментировать полученные результаты.

Семинар №4 по теме: «Анализ тональности публикаций СМИ в рамках проведения медиааналитического исследования»

Цель занятия: сформировать у студентов навыки проведения анализа тональности публикаций СМИ.

Форма проведения – защита отчета. Подготовить устное сообщение и таблицу Excel.

Задание:

1. Разработать систему параметров, на основании которых вы будете оценивать тональность.
2. Оценить тональность просмотренных вами публикаций о компании и разделить их на три категории: негативные/позитивные/нейтральные.
3. Просмотреть каждую из сформированных категорий и провести контроль качества анализа тональности.

4. Подсчитать количество публикаций в каждой категории, представив результаты в табличной форме и в виде кольцевой диаграммы. Кратко прокомментировать полученные результаты.

Семинар №5 по теме: «Проведение мониторинга СМИ и медиаанализа при помощи специализированной базы»

Цель занятия: сформировать у студентов готовность к проведению автоматизированного мониторинга СМИ при помощи специализированной базы.

Форма проведения – защита отчета. Подготовить устное сообщение и письменный текст (выгрузить автоматическим образом составленный в базе отчет в форме таблицы Excel).

Задание:

1. Преподаватель выбирает доступную базу для мониторинга СМИ, с которой будут работать студенты: Интегрум, Медиалогия, Scan Интерфакс или др.
2. Студент знакомится с функционалом выбранной базы и проводит медиаанализ с учетом специфики данной базы.
3. Скачивает полученный отчет и сравнивает результаты ручного и автоматизированного мониторинга СМИ за рассматриваемый период. Кратко комментирует полученные результаты.

Семинар №6 по теме: «Проведение анализа информационного повода в СМИ»

Цель занятия: сформировать у студентов готовность к проведению анализа информационного повода.

Форма проведения – защита отчета. Подготовить устное сообщение и письменный текст (выгрузить автоматическим образом составленный в базе отчет в форме таблицы Excel).

Задание:

1. Сформировать поисковый запрос, состоящий из ключевых слов и логических операторов (при необходимости), для поиска публикаций СМИ по конкретному информационному поводу или отдельному аспекту деятельности компании (например, компания как работодатель, инвестор и т.п.) в базе для мониторинга СМИ.
2. Проанализировать полученную выборку публикаций СМИ, при необходимости скорректировать поисковый запрос.
3. Скачать аналитический отчет по выбранному информационному поводу. Кратко прокомментировать полученные результаты.

Семинар №7 по теме: «Проведение мониторинга социальных сетей при помощи специализированной базы»

Целевая установка: сформировать у студентов готовность к проведению мониторинга социальных сетей при помощи специализированной базы.

Форма проведения занятия: защита отчета. Подготовить устное сообщение и письменный текст (выгрузить автоматическим образом составленный в базе отчет в форме таблицы Excel).

Задание:

1. Преподаватель выбирает доступную базу для мониторинга социальных сетей, с которой будут работать студенты: YouScan, Brand Analytics или др.

2. Студент знакомится с функционалом выбранной базы и проводит мониторинг социальных сетей с учетом специфики данной базы.
3. Студент самостоятельно формирует поисковый запрос, состоящий из ключевых слов и логических операторов (при необходимости), для поиска свежих сообщений в социальных сетях.
4. Проверяет выборку сообщений в социальных сетях на релевантность и адекватность оценки тональности. В выборке должно содержаться не менее 50 уникальных сообщений, без учета спама, объявлений, репостов и комментариев. Уменьшить или увеличить размер выборки можно при сокращении или увеличении периода мониторинга (используйте функцию оценки количества сообщений).
5. Скачать аналитический отчет. Сравнить с полученными данными по итогам мониторинга в СМИ.

Семинар №8 по теме: «Проведение анализа информационного повода в социальных сетях при помощи специализированной базы»

Целевая установка: сформировать у студентов готовность к проведению анализа информационного повода в социальных сетях при помощи специализированной базы.

Форма проведения занятия: защита отчета. Подготовить устное сообщение и письменный текст (выгрузить автоматическим образом составленный в базе отчет в форме таблицы Excel).

Задание:

1. Сформировать поисковый запрос, состоящий из ключевых слов и логических операторов (при необходимости), для поиска сообщений в социальных сетях по конкретному информационному поводу или отдельному аспекту деятельности компании (например, компания как работодатель, инвестор и т.п.).
2. Проанализировать полученную выборку сообщений в социальных сетях, при необходимости скорректировать поисковый запрос.
3. Скачать аналитический отчет по выбранному информационному поводу или отдельному аспекту деятельности компании. Сравнить с полученными данными по итогам мониторинга в СМИ.

Семинар №9 по теме: «Анализ статистических данных и автоматизированный подсчет KPI при помощи специализированной базы»

Целевая установка: сформировать у студентов готовность к проведению анализа статистических данных и автоматизированному подсчету KPI при помощи специализированной базы.

Форма проведения занятия: защита отчета. Подготовить устное сообщение и письменный текст (подготовить итоговый аналитический отчет в файле Word).

Задание:

Пересмотрите еще раз все мониторинги и аналитические отчеты, подготовленные вами за предыдущие семинарские занятия. Какие KPI вы можете регулярно подсчитывать с помощью освоенных баз для мониторинга СМИ и социальных сетей?

Подготовьте перечень KPI коммуникационной деятельности, который продемонстрирует, что работа департамента по коммуникациям способствует достижению стратегических целей компании.

Семинар №10 по теме: «Оценка эффективности работы департамента по коммуникациям компании»

Целевая установка: сформировать у студентов готовность к проведению оценки эффективности работы департамента по коммуникациям компании при помощи специализированной базы.

Форма проведения занятия: защита отчета. Подготовить устное сообщение и письменный текст (подготовить итоговый аналитический отчет в файле Word).

Задание:

Составьте аналитический отчет по оценке эффективности работы департамента по коммуникациям компании за предыдущий период (квартал, полгода, год) по сформированному перечню КРІ, используя освоенную базу для мониторинга СМИ и социальных сетей.

Какие достоинства и недостатки коммуникационной работы вы обнаружили? Разработайте систему рекомендаций по усовершенствованию деятельности коммуникационного департамента.

Семинар №11 по теме: «Конкурентный анализ»

Целевая установка: сформировать у студентов готовность к проведению конкурентного анализа.

Форма проведения занятия: защита отчета. Подготовить устное сообщение и письменный текст (выгрузить автоматическим образом составленный в базе отчет в форме таблицы Excel).

Задание:

Проведите конкурентный анализ, сравнив полученные показатели с 2-3 аналогичными компаниями той же отрасли, при помощи специализированной базы.

Какие достоинства и недостатки коммуникационной работы вы обнаружили? Разработайте систему рекомендаций по усовершенствованию деятельности коммуникационного департамента.

Семинар №12 по теме: «Оценка эффективности информационного повода»

Целевая установка: сформировать у студентов готовность к проведению оценки эффективности информационного повода.

Форма проведения занятия: защита отчета. Подготовить устное сообщение и письменный текст (выгрузить автоматическим образом составленный в базе отчет в форме таблицы Excel).

Задание:

Подготовьте перечень КРІ для оценки эффективности коммуникационной работы над конкретным информационным поводом или отдельным аспектом деятельности компании. Составьте аналитический отчет по оценке эффективности данного информационного повода или аспекта деятельности.

Какие достоинства и недостатки коммуникационной работы вы обнаружили? Разработайте систему рекомендаций по усовершенствованию деятельности коммуникационного департамента.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Структура и содержание доклада по результатам исследовательской работы

Минимальный объем доклада – 10 стр. Структура доклада: титульный лист (1 стр.), содержание (1 стр.), введение (1 стр.), основная часть (3 раздела), заключение (1 стр.), список использованной литературы и источников (не менее 10 работ).

Во введении обосновывается актуальность темы, объект и предмет, цель и три задачи исследования, теоретическое (классические и новые концепции) и эмпирическое (первичная и вторичная информация) основания для раскрытия темы.

Основная часть доклада состоит из трех разделов. В первом разделе определяется степень разработанности темы в литературе, обзор теоретического основания и обоснование выбора автором концепции для раскрытия темы.

Во втором разделе дается описание актуального состояния объект-предметного поля темы исследования на основе эмпирических данных; делаются выводы о соответствии или несоответствии теоретических представлений и эмпирических данных.

В третьем разделе анализируется материал, собранный автором для изучения конкретного примера по теме доклада; обосновываются рекомендации по развитию исследования феномена практики или по совершенствованию решений (управленческих, технологических, проектных или продуктовых) для медиакоммуникаций в современных условиях.

В заключении обосновывается мнение автора, раскрывающее тему доклада, и указывается теоретическая и практическая значимость полученного результата исследования для профессиональной подготовки по направлению «Реклама и связи с общественностью».

В список использованной литературы и источников включаются только те публикации, на которые есть ссылка в тексте доклада. Список формируется в алфавитном порядке и имеет сквозную нумерацию от первой до последней работы. Электронные ресурсы размещаются в общем ряду с текстами. Литература на иностранном языке размещается в конце списка. Публикации одного автора ставятся по годам от ранних к поздним.

В приложение выносятся все не созданные автором иллюстрации, схемы, таблицы и другие материалы – указывается ссылка на источник информации после заголовка приложения.

Правила оформления доклада.

Доклад выполняется на листах бумаги формата А4. Поля – сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт Times New Roman, кегль 14, интервал полуторный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц вверху посередине – ставятся везде, кроме первого (титульного) листа.

Оформление производится по общим правилам ГОСТ 7.32-2017 «Отчет по научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», где в пункте 6.9 указывается: «Порядковый номер ссылки (отсылки) приводят арабскими цифрами в квадратных скобках в конце текста ссылки. Порядковый номер библиографического описания источника в списке использованных источников соответствует номеру ссылки».

Каждая часть работы (содержание, введение, заключение, список использованных источников и литературы, приложение) и каждый раздел основной части доклада начинается с новой страницы. Названия частей работы («Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников и литературы», «Приложение») и разделов основной части доклада («Раздел 1. Название») выделяется жирным шрифтом, выравнивание по центру.

*Структура и содержание доклада
по результатам проектной работы*

Минимальный объем доклада – 10 стр. Структура доклада: титульный лист (1 стр.), содержание (1 стр.), введение (1 стр.), основная часть (3 раздела), заключение (1 стр.), список использованных источников и литературы (не менее 10 работ), приложение.

Во введении обосновывается актуальность темы, объект и предмет, цель и три задачи проектной работы, теоретическое (классические и новые концепции) и эмпирическое (первичная и вторичная информация) основания для выполнения проектной работы.

Основная часть проектной работы состоит из трех разделов:

В первом разделе определяются основания для разработки проектного решения – обзор теоретического основания и актуального состояния объект-предметного поля на основе эмпирических данных; формулируется идея (гипотеза) проекта, указывается выбранное автором направление разработки – стратегическое решение, креативное решение или решение по медиаизмерениям.

Во втором разделе предлагается описание модели проектной деятельности для реализации выдвинутой идеи (гипотезы) проекта – планирование содержания работ, ресурсов и времени проекта; выбор способа проверки реализуемости идеи (гипотезы) проекта (например, экспертиза, эксперимент или тест); выводы по практическому применению планируемых результатов проекта для решения профессиональных задач в современных рекламных и PR-коммуникациях.

В третьем разделе – разработка решений для выбранного обучающимся вида работ: для стратегических решений – это модели деятельности и образцы управленческой документации (например, коммуникационная стратегия); для креативных решений – это презентационные материалы и образцы контента (прототипы медиапродуктов); для медиаизмерений – это процедуры измерений, анализа и интерпретации.

В список использованной литературы и источников включаются только те публикации, на которые есть ссылка в тексте доклада. Список формируется в алфавитном порядке и имеет сквозную нумерацию от первой до последней работы. Электронные ресурсы размещаются в общем ряду с текстами. Литература на иностранном языке размещается в конце списка. Публикации одного автора ставятся по годам от ранних к поздним.

В приложение выносятся все не созданные автором иллюстрации, схемы, таблицы и другие материалы – указывается ссылка на источник информации после заголовка приложения.

Обязательно в приложении размещаются базовые документы проекта – паспорт, план и отчет.

Правила оформления доклада.

Доклад выполняется на листах бумаги формата А4. Поля – сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт Times New Roman, кегль 14, интервал полуторный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц вверху посередине – ставятся везде, кроме первого (титульного) листа.

Оформление производится по общим правилам ГОСТ 7.32-2017 «Отчет по научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», где в пункте 6.9 указывается: «Порядковый номер ссылки (отсылки) приводят арабскими цифрами в квадратных скобках в конце текста ссылки. Порядковый номер библиографического описания источника в списке использованных источников соответствует номеру ссылки».

Каждая часть работы (содержание, введение, заключение, список использованных источников и литературы, приложение) и каждый раздел основной части доклада начинается с новой страницы. Названия частей работы («Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников и литературы», «Приложение») и разделов основной части доклада («Раздел 1. Название») выделяется жирным шрифтом, выравнивание по центру.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины - овладение студентами методами медиааналитического исследования и оценки эффективности коммуникаций.

Задачи дисциплины:

- сформировать готовность студентов к проведению медиаанализа при планировании рекламной или PR-кампании;
- способствовать формированию умения анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных коммуникационных задач;
- создать условия для овладения навыками оценки жизнеспособности коммуникационного проекта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: методы исследований, их возможности и ограничения; методы оценки жизнеспособности коммуникационного проекта.

Уметь: интерпретировать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения.

Владеть: навыками формулирования практических рекомендаций на основе проведенных исследований; навыками оценки вариантов решения поставленных коммуникационных задач.