

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТА ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:  
на заседании кафедры  
протокол №10 от 16 июня 2019 г.

Зав. кафедрой



Шайхисламов Р.Б.

Согласовано:

Председатель УМК факультета



Хабибуллина З.Н.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.04.01 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ**  
*Вариативная часть*

программа магистратуры

Направление подготовки (специальность)  
39.04.01 Социология

Направленность (профиль) подготовки  
Социология коммуникаций

Очная, заочная формы обучения

Квалификация магистр

Разработчик (составитель):  
Д.с.н., проф.



Р.Б. Шайхисламов

Для приема 2019 года

Уфа 2019

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол № 10 от 17.06.2019

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры социологии и работы с молодежью, протокол №10 от 16 июня 2020 г.

Заведующий кафедрой



Р.Б. Шайхисламов

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 \_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_ Ф.И.О./

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
4. Фонд оценочных средств по дисциплине
  - 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
  - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
  - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
  - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**  
(с ориентацией на карты компетенций)

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей.

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	Знать: о составлении научного отчета; о правилах оформления научно-технической документации; об особенностях презентации отчета с учетом особенностей потенциальной аудитории	ПК-4 способность и готовность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории	
	Знать: о требованиях к составлению проекта НИР, нормативных документов; о нормативных требованиях к проведению исследовательского, аналитического проекта и его документационного обеспечения; о требованиях к презентации проекта НИР	ПК-5 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	
	Знать: об актуальных социальных проблемах; о методах социологического исследования как способе идентификации потребностей и интересов социальных групп; об коммуникативных основах согласования проблем социальных групп и общностей	ПК-9 способность использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп	
	о сущности и видах социальных проблем; о методах разработки управленческих решений и консалтингу в области согласования интересов разных социальных групп и общностей; об основах разработки рекомендаций и предложений по итогам исследования	ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей	
Умения	Уметь: Составлять отчет и научно-техническую документацию; Обеспечить соответствие отчета требованиям специфичности, измеримости, релевантности, временной соразмерности; Выявить степень достижения социальных задач отчета	ПК-4 способность и готовность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории	
	Уметь: Составление проекта НИР, аналитических разработок в соответствии с нор-	ПК-5 способность составлять и представлять проекты научно-ис-	

	<p>мативными документами и техническим заданием; Проведение НИР, аналитических разработок в соответствии с нормативными требованиями; Презентация НИР, аналитических разработок в соответствии с нормативными требованиями</p>	<p>следователских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами</p>	
	<p>Уметь: Идентифицировать данные изучения общественного мнения с потребностями и интересами различных социальных групп; Продвигать интересы социальных групп с различных управленческих решениях, консалтинге; прогнозировать последствия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях</p>	<p>ПК-9 способность использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп</p>	
	<p>Осуществлять диагностику социальных проблем; осуществлять сравнительный анализ интересов социальных групп и слоев; учитывать последствия рекомендаций и предложений с позиции решения социальных проблем и интеграции социальных интересов</p>	<p>ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей</p>	
<p>Владения (навыки / опыт деятельности)</p>	<p>Владеть: навыками составления отчета исследования с учетом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>ПК-4 способность и готовность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории</p>	
	<p>Владеть: устойчивыми навыками соблюдения нормативных требований и документационного оформления результатов НИР</p>	<p>ПК-5 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами</p>	
	<p>Владеть: навыками идентификации социальных интересов и потребностей; находить оптимальные варианты управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях; оценивать социально-экономические и социально-психологические последствия решений</p>	<p>ПК-9 способность использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп</p>	
	<p>Разработки рекомендаций и предложений по результатам исследований с учетом социальных интересов и социальных проблем; находить оптимальные для социальных интересов варианты управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях; оценивать социально-экономические и социально-психологические последствия решений с позиций интересов социальных групп и слоев</p>	<p>ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей</p>	

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Цели дисциплины:

Дать студентам прочные знания, сформировать умения и навыки по вопросам оценки эффективности стандартной коммуникационной кампании в бизнесе, вооружить их современными социально-коммуникационными технологиями в сфере бизнеса.

Задачи дисциплины:

Студенты в процессе изучения данной дисциплины должны получить знания о теоретических основах, принципах, средствах и специфике вопросам оценки эффективности стандартной коммуникационной кампании в бизнесе; стандартный инструментарий, алгоритмы и правила по вопросам оценки эффективности стандартной коммуникационной кампании в бизнесе; профессиональные требования к работе социолога, занятого оценкой эффективности стандартной коммуникационной кампании в бизнесе.

Студенты должны получить умения и навыки применения основных методов оценки эффективности стандартной коммуникационной кампании в бизнесе, оформления документации - научного отчета, аналитических и консалтинговых разработок и рекомендаций.

Дисциплина *«Оценка эффективности коммуникационной кампании в бизнесе»* относится к *вариативной* части. Дисциплина изучается на *2 курсе* в *3 семестре*.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин:

Философия и методология социальных наук

Современные социологические теории - 2

Современные методы социологических исследований

Социально-гуманитарные методы исследования коммуникаций

Социальное прогнозирование и моделирование в социологических исследованиях

Управление социальными проектами

Анализ социологических данных

Общественное мнение (Система средств массовой коммуникации)

Проектирование политических коммуникаций (Проектирование маркетинговых коммуникаций)

Коммуникационные кампании в бизнесе (Коммуникационные кампании в бизнесе)

По дисциплине «Философия и методология социальных наук» осуществляется формирование общекультурных, общепрофессиональных и научно-исследовательских компетенций, необходимых для получения знаний, умений и навыков по исследованию бренда. По дисциплине «Современные социологические теории - 2» студенты получают теоретические знания, необходимые для изучения массовой коммуникации в современном обществе. По дисциплинам «Современные методы социологических исследований» и «Социально-гуманитарные методы исследования коммуникаций» формируются знания, умения и навыки качественных методов исследования, наиболее активно используемые при изучении бренда. При изучении дисциплин «Анализ социологических данных», «Социальное прогнозирование и моделирование в социологических исследованиях» и «Управление социальными проектами» студенты получают компетенции, необходимые для анализа аудитории бренда, рынка бренда, прогнозирования и моделирования процессов массовой коммуникации, медиа-планирования как разновидности управления. Медиапланирование является составной частью коммуникационных кампаний в СМИ, поэтому компетенции, формируемые при изучении данной дисциплины, органически связаны с дисциплиной «Оценка эффективности коммуникационных кампаний в бизнесе».

Дисциплина *«Оценка эффективности коммуникационных кампаний в бизнесе»* относится к *вариативной* части. Дисциплина изучается на *2 курсе* в *3 семестре*.

## **3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)**

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции **ПК-4** способность и готовность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать о составлении научного отчета; о правилах оформления научно-технической документации; об особенностях презентации отчета с учетом особенностей потенциальной аудитории	Отрывочные, фрагментарные представления, отсутствие знаний по существу	В целом знания о научной отчетности и документации по существу, обладающие достаточной полнотой
Второй этап (уровень)	Уметь составлять отчет и научно-техническую документацию; обеспечить соответствие отчета требованиям специфичности, измеримости, релевантности, временной соразмерности; выявить степень достижения социальных задач отчета	Не умеет составлять отчет и научно-техническую документацию	Умеет систематически использовать полученные знания при составлении отчета и документации
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками составления отчета исследования с учетом особенностей потенциальной аудитории	Отсутствуют навыки составления отчета исследования с учетом особенностей потенциальной аудитории	Обладает навыками составления отчета исследования с учетом особенностей потенциальной аудитории

Код и формулировка компетенции **ПК-5** способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: о требованиях к составлению проекта НИР, нормативных документов; о нормативных требованиях к проведению исследовательского, аналитического проекта и его документационного обеспечения; о требованиях к презентации проекта НИР	Отрывочные, фрагментарные представления, отсутствие знаний по существу	В целом знания о нормативных и документационных требованиях научных проектов по существу, обладающие достаточной полнотой

Второй этап (уровень)	Уметь составлять проект, реализовывать и презентовать научные исследования, аналитических разработок в соответствии с нормативными документами и техническим заданием	Не умеет составлять проекты НИР	Умеет систематически использовать полученные знания проектировании НИР
Третий этап (уровень)	Владеть: устойчивыми навыками соблюдения нормативных требований и документационного оформления результатов НИР	Отсутствуют навыки составления проекта научных разработок	Обладает навыками составления проекта научных исследований и разработок

Код и формулировка компетенции **ПК-9** **способность использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп**

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: об актуальных социальных проблемах; о методах социологического исследования как способе идентификации потребностей и интересов социальных групп; о методах социологического исследования различных социальных проблем	Отрывочные, фрагментарные представления, отсутствие знаний по существу	В целом знания о методах исследования и их применения по существу, обладающие достаточной полнотой
Второй этап (уровень)	Уметь: Идентифицировать данные исследований с потребностями и интересами различных социальных групп; обосновать научную и социальную актуальность исследований; применять методы исследований	Не умеет составлять проекты НИР	Умеет систематически использовать полученные знания в проектировании НИР
Третий этап (уровень)	Владеть навыками идентификации социальных интересов и потребностей в исследованиях; находить оптимальные методы исследования актуальных социальных проблем	Отсутствуют навыки составления проекта научных разработок	Обладает навыками применения методов социологического исследования

Код и формулировка компетенции **ПК-10**: **способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей**

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: о сущности и видах социальных	Отрывочные, фраг-	В целом знания по



этап (уровень)	проблем; о методах разработки управленческих решений и консалтингу в области согласования интересов разных социальных групп и общностей; об основах разработки рекомендаций и предложений по итогам исследования	ментарные представления, отсутствие знаний по существу	прикладной социологии по существу, обладающие достаточной полнотой
Второй этап (уровень)	Уметь: Осуществлять диагностику социальных проблем; осуществлять сравнительный анализ интересов социальных групп и слоев; учитывать последствия рекомендаций и предложений с позиции решения социальных проблем и интеграции социальных интересов	Не умеет осуществлять социологическую диагностику, разрабатывать научно обоснованные рекомендации и предложения	Умеет осуществлять социологическую диагностику, разрабатывать научно обоснованные рекомендации и предложения
Третий этап (уровень)	Владеть навыками: Разработки рекомендаций и предложений по результатам исследований с учетом социальных интересов и социальных проблем; находить оптимальные для социальных интересов варианты управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях; оценивать социально-экономические и социально-психологические последствия решений с позиций интересов социальных групп и слоев	Отсутствуют навыки составления научных разработок и предложений	Обладает навыками составления научных разработок и предложений

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	Знать о составлении научного отчета; о правилах оформления научно-технической документации; об особенностях презентации отчета с учетом особенностей потенциальной аудитории	ПК-4 способность и готовность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории	<i>Индивидуальный, групповой опрос</i>

	Знать: о требованиях к составлению проекта НИР, нормативных документов; о нормативных требованиях к проведению исследовательского, аналитического проекта и его документационного обеспечения; о требованиях к презентации проекта НИР	ПК-5 способность составлять и представлять проекты научно- исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	
	Знать: об актуальных социальных проблемах; о методах социологического исследования как способе идентификации потребностей и интересов социальных групп; о методах социологического исследования различных социальных проблем	ПК-9 способность использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп	<i>Индивидуальный, групповой опрос</i>
	Знать: о сущности и видах социальных проблем; о методах разработки управленческих решений и консалтингу в области согласования интересов разных социальных групп и общностей; об основах разработки рекомендаций и предложений по итогам исследования	ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей	<i>Индивидуальный, групповой опрос</i>
2-й этап Умения	Владеть навыками составления отчета исследования с учетом особенностей потенциальной аудитории	ПК-4 способность и готовность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории	<i>Ситуационные задачи, научный доклад</i>
	Уметь составлять проект, реализовывать и презентовать научные исследования, аналитических разработок в соответствии с нормативными документами и техническим заданием	ПК-5 способность составлять и представлять проекты научно- исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	
	Уметь: Идентифицировать данные исследований с потребностями и интересами различных социальных групп; обосновать научную и социальную актуальность исследований; применять методы исследований	ПК-9 способность использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп	

	Уметь: Осуществлять диагностику социальных проблем; осуществлять сравнительный анализ интересов социальных групп и слоев; учитывать последствия рекомендаций и предложений с позиции решения социальных проблем и интеграции социальных интересов	ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей	<i>ситуационные задачи, научный доклад</i>
3-й этап  Владеть навыками	Владеть: навыками составления отчета исследования с учетом особенностей потенциальной аудитории	ПК-4 способность и готовность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории	<i>ситуационные задачи</i>
	Владеть: устойчивыми навыками соблюдения нормативных требований и документационного оформления результатов НИР	ПК-5 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических работ в соответствии с нормативными документами	
	Владеть навыками идентификации социальных интересов и потребностей в исследованиях; находить оптимальные методы исследования актуальных социальных проблем	ПК-9 способность использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп	
	Владеть навыками: Разработки рекомендаций и предложений по результатам исследований с учетом социальных интересов и социальных проблем; находить оптимальные для социальных интересов варианты управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях; оценивать социально-экономические и социально-психологические последствия решений с позиций интересов социальных групп и слоев	ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей	

### **Описание оценочных средств:**

Индивидуальный опрос осуществляется по вопросам, предусмотренным семинарскими занятиями.

Групповой опрос во время лекции с целью проверки остаточных знаний, анализа проблемной ситуации, осуществления межпредметной связи.

Научный доклад по теме НИРС представляет собой представление результатов научной работы студента в рамках обсуждаемого вопроса (например, анализ коммуникативной ситуации, проектирование целей и задач, использование интегрированных инструментов в различных видах социальной коммуникации).

Ситуационные задачи представляют собой инструмент формирования и выявления умений и навыков студентов на примере анализа предложенного преподавателем или самими студентами конкретной ситуации на макро-, мезо-, микроуровне.

По данной дисциплине предусмотрен зачет в 3 семестре 2 года обучения. Зачет является оценочным средством для всех этапов освоения компетенций.

### **Примерные вопросы для зачета:**

1. Общее и различие между социальными и экономическими аспектами эффективности кампаний в бизнесе
2. Общее и различие между коммуникативными и экономическими аспектами эффективности кампаний в бизнесе
3. Методы оценки эффективности аналитического этапа проектирования бизнес-коммуникаций
4. Рациональные методы анализа эффективности коммуникационных кампаний в бизнесе
5. Интуитивные методы анализа эффективности коммуникационных кампаний в бизнесе
6. Анализ обоснованности и полноты постановки проблемы и выдвижения гипотез в ситуационном анализе
7. Определение правильности стратегии в проектировании коммуникационных кампаний в бизнесе
8. Методы определения эффективности интеграции рекламы и связей с общественностью в коммуникационных кампаниях в бизнесе
9. Оценка результатов рекламного продвижения бренда
10. Оценка результатов PR-поддержки бренда
11. Оценка верности социального сегментирования целевых аудиторий
12. Оценка плана рекламной кампании в бизнесе
13. Оценка плана PR-кампании в бизнесе
14. Оценка обоснованности бюджета коммуникационных кампаний в бизнесе
15. Оценка эффективности реализации коммуникационных кампаний в бизнесе
16. Составление SWOT-матрицы оценки рыночной ситуации до и после завершения коммуникационной кампании (на примере региона или муниципалитета)
17. Составление матрицы STEP-анализа для оценки рыночной ситуации до и после завершения коммуникационной кампании
18. Организация фокусированного интервью для анализа эффективности реализации коммуникационных кампаний в бизнесе
19. Критический анализ специфичности целей коммуникационных кампаний в бизнесе (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)
20. Критический анализ достижимости целей коммуникационных кампаний в бизнесе (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)
21. Критический анализ измеримости целей коммуникационных кампаний в бизнесе (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)
22. Критический анализ релевантности целей коммуникационных кампаний в бизнесе (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)

23. Критический анализ временных рамок целей коммуникационных кампаний в бизнесе (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)
24. Показать навыки социальной экспертизы коммуникационных кампаний в бизнесе (на конкретных примерах)
25. Разработать рекомендации и предложения рекламных и PR-мероприятий с учетом социальных интересов и социальных проблем
26. Находить оптимальные для социальных интересов варианты проектов решений для бизнеса в стандартных и нестандартных ситуациях

### **Вопросы для семинаров**

#### **Занятие № 1. Эффективность коммуникационных кампаний**

1. Понятия «эффект» и «эффективность»
2. Политическая, социальная и коммуникативная эффективность кампаний
3. Этапы оценки эффективности коммуникационных кампаний в бизнесе

Для самостоятельной работы

На основе контент-анализа СМИ определить эффективность медийной активности бизнес-структур

#### **Занятие № 2 Методы оценки эффективности коммуникационных кампаний**

1. Опросные методы оценки эффективности
2. Использование больших данных для оценки эффективности
3. Метод наблюдения в оценке эффективности
4. Метод контент-анализа в оценке эффективности

Для самостоятельной работы:

*Составление SWOT-матрицы анализа рыночной ситуации до и после выборов (на примере региона)*

*Составление матрицы STEP-анализа рыночной ситуации до и после выборов (на примере муниципального образования)*

*Составление гайда для фокусированного интервью для анализа эффективности коммуникационных кампаний в бизнесе*

#### **Занятие № 3. Количественные и качественные показатели эффективности коммуникационных кампаний**

1. Показатели эффективности рекламной кампании в СМИ и директ-мейл
2. Показатели эффективности PR-кампании в СМИ и директ-мейл
3. Показатели эффективности личных контактов
4. Показатели эффективности обратной связи

Для самостоятельной работы

Анализ «Удачные и неудачные примеры взаимодействия политической рекламы и PR»

#### **Занятие № 4. Оценка эффективности рекламной кампании**

1. Измерение экономической эффективности кампании
2. Измерение коммуникационной эффективности кампании

Для самостоятельной работы:

*На основе открытых данных опросов дать характеристику изменений в клиентуре организации.*

#### **Занятие № 5. Оценка эффективности PR-кампании**

1. Измерение результатов публицити
2. Измерение результатов информационной работы
3. Измерение результатов информирования общественности с обратной связью
4. Измерение результатов диалоговой коммуникации с общественностью

Для самостоятельной работы:

На основе открытых данных исследовательских центров дать характеристику восприятия и понимания миссии и месседжа корпораций.

### **Занятие № 6. Оценка кумулятивной эффективности политических коммуникационных кампаний**

1. Оценка эффективности PR-сопровождения рекламной политической кампании
2. Оценка эффективности рекламного обеспечения PR-кампании
3. Измерение краткосрочных, среднесрочных и стратегических результатов интегрированных коммуникаций

Для самостоятельной работы:

Разработать рекомендации и предложения по эффективному взаимодействию рекламных и PR-мероприятий с учетом социальных интересов и социальных проблем

## **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

#### **Основная литература:**

1. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68864>. В четвертой книге серии «Современные технологии PR. Мастеркласс А. Н. Чумикова» рассматриваются теория и практика проведения современных коммуникационных кампаний. Анализируются особенности кампаний в различных сегментах рыночного пространства (b2b, b2c, b2g, c2g, g2g, g2c), отдельно рассматриваются структуро- и смыслообразующие элементы коммуникационных кампаний. Виды кампаний классифицируются, с одной стороны, по предметно-субъектному критерию (кампании по продвижению территорий, организаций, продуктов), с другой — по критерию функционально-целевому (кампании по информированию, образованию, вовлечению, нейтрализации; доктринальные кампании). Приводится широкий перечень практических коммуникационных кампаний конца XX и первых десятилетий XXI в.
2. Бареев, В.А. Проведение PR-кампании: Электронное учебное пособие [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Бареев. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. — 161 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/63781>. В учебном пособии дано всестороннее представление о кампании в сфере связей с общественностью, являющейся одной из самых сложных технологий в PR-практике. Изложены теоретико-методологические, информационные, организационные и коммуникационные основы PR-кампаний, их особенности в различных сферах общественной жизни. Раскрывается содержание, логика, базовые элементы и алгоритмы проведения PR-кампании, ее организационно-управленческие аспекты.
3. Загородников, А.Н. Управление общественными связями в бизнесе [Электронный ресурс] : учебник / А.Н. Загородников. — Электрон. дан. — Москва : КноРус, 2014. — 288 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/53571>

4. Кузнецов, П.А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии [Электронный ресурс] / П.А. Кузнецов. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 296 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/107008>
5. Сальникова, Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе [Электронный ресурс] : учебник / Л.С. Сальникова. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2015. — 296 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68862>. Данная книга позволяет взглянуть на роль и значение современных информационно-коммуникационных технологий с позиции бизнеса. В ней впервые системно и всесторонне рассмотрены новейшие, наиболее эффективные инструменты коммуникаций, без которых компания не может быть успешной. Обилие актуальных фактов и примеров, почерпнутых из опыта российских и зарубежных компаний, интересные кейсы, взятые из практической деятельности автора учебника, известного специалиста в области PR-технологий, мнения и оценки крупнейших экспертов — все это делает книгу убедительной и полезной для всех, кто занимается вопросами укрепления деловой репутации организации как главного актива, капитализирующего бизнес. Учебник предназначен для слушателей магистратуры и программ МВА, а также для топ-менеджеров и специалистов в области связей с общественностью
6. Алешин, А.В. Управление проектами: фундаментальный курс [Электронный ресурс] : учебник / А.В. Алешин, В.М. Аньшин, К.А. Багратиони ; под ред. Аньшина В.М., Ильиной О.Н.. — Электрон. дан. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. — 624 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/66093>. В книге подробно и систематически излагаются фундаментальные положения, основные методы и инструменты управления проектами. Рассматриваются вопросы управления программами и портфелями проектов, создания систем управления проектами в компании. Подробно представлены функциональные области управления проектами — управление содержанием, сроками, качеством, стоимостью, рисками, коммуникациями, человеческими ресурсами, конфликтами, знаниями проекта. Материалы книги опираются на требования международных стандартов в сфере управления проектами. Для студентов бакалавриата и магистратуры, слушателей программ системы дополнительного образования, изучающих управление проектами, аспирантов, исследователей, а также специалистов-практиков, вовлеченных в процессы управления проектами, программами и портфелями проектов в организациях.
7. Гусева, Е.В. Бренд-коммуникационная компания [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Е.В. Гусева. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2013. — 143 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/64064>.
8. Емельянов, С.М. Связи с общественностью в организациях: Электронное учебное пособие [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.М. Емельянов, А.А. Марков. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 156 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/63845>

## 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

№	Информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме
1	<a href="http://www.nir.ru/socio/scipubl/socis.htm">http://www.nir.ru/socio/scipubl/socis.htm</a>	Журнал «Социологические исследования»
3	<a href="http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm">http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm</a>	Социологические журналы в Web
4	<a href="http://www.nir.ru/socio/scipubl/na">http://www.nir.ru/socio/scipubl/na</a>	Российские социологические журналы

	<a href="#">uchn.htm</a>	
7	<a href="http://www.ecsocman.edu.ru">www.ecsocman.edu.ru</a>	Портал по социологии, экономике и менеджменту
8	<a href="http://sociology.extrim.ru/bibl.htm">http://sociology.extrim.ru/bibl.htm</a>	Библиотека социолога

### Программное обеспечение

1. Права на программы для ЭВМ операционная система для персонального компьютера Win SL 8 Russian OLP NL Academic Edition Legalization Get Genuine.

Права на программы для ЭВМ обновление операционной системы для персонального компьютера Windows Professional 8 Russian Upgrade OLP NL Academic Edition.

Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.

2. Программа для ЭВМ Office Standard 2013 Russian OLP NL Academic Edition. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

### Перечень договоров на электронные библиотечные системы (ЭБС)

Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
Договор на БД периодических изданий между БашГУ и «ИВИС» № 133-П1650 от 03.07.2018	С 01.07.2018 до 30.06.2019
Договор на ЭБС «Университетская библиотека онлайн» между БашГУ и «Нексмедиа» № 847 от 03.09.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
Договор на ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 848 от 03.09.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
Соглашение на бесплатные коллекции в ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 961 от 01.10.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
Договор на доступ к электронным научным периодическим изданиям между БашГУ и РУНЭБ № 1262 от 11.12.2018	С 11.12.2018 по 31.12.2019

### 6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса имеется все необходимое учебное оборудование, мультимедийное оборудование, доступ к сети Интернет, к электронным библиотечным системам, к справочным системам.

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 310 (гуманитарный корпус) аудитория № 312 (гуманитарный корпус), аудитория № 315 (гуманитарный корпус),	Лекции	Аудитория № 310 Учебная мебель, доска. Аудитория № 312 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX 660, экран настенный Classic Norma 244*183. Аудитория № 315 Учебная мебель, доска. 1. Права на программы для ЭВМ операционная система для персонального компьютера Win SL 8 Russian OLP NL Academic Edition Legalization Get Genuine. Права на программы для ЭВМ обновление операционной системы для персонального компьютера Windows Professional 8 Russian Upgrade OLP NL Academic Edition. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные. 2. Программа для ЭВМ Office Standard 2013 Russian OLP NL Academic Edition. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
учебная аудитория для про-	Семинар-	Аудитория № 309



<p>ведения занятий семинарского типа: аудитория № 309 (гуманитарный корпус), аудитория № 310 (гуманитарный корпус),</p>	<p>ские, практические занятия</p>	<p>Учебная мебель, доска. Аудитория 310 Учебная мебель, доска.</p>
<p>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 309 (гуманитарный корпус), аудитория № 310 (гуманитарный корпус). аудитория № 314 (гуманитарный корпус)</p>	<p>индивидуальные консультации, текущий контроль и промежуточная аттестация</p>	<p>Аудитория № 309 Учебная мебель, доска. Аудитория № 310 Учебная мебель, доска. Аудитория № 314 Учебная мебель, доска</p>
<p>помещения для самостоятельной работы: аудитория № 314 (гуманитарный корпус), аудитория № 345 компьютерный класс (главный корпус). аудитория № 419 (гуманитарный корпус);</p> <p>читальный зал № 1 главный корпус, 1 этаж, каб. 17; Абонемент № 7 ул. 3. Валиди, 32, 8 этаж, каб. 815; Абонемент № 9 ул. 3.Валиди, 32, 4 этаж, каб. 415.</p>	<p>самостоятельная работа</p>	<p>Аудитория № 314 Учебная мебель, доска Аудитория № 345 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, моноблоки стационарные – 20 шт. Аудитория № 419 Учебная мебель, доска, компьютеры в комплекте (5 шт.): стеллажи, шкафы картотечные, комбинированные 1. Права на программы для ЭВМ операционная система для персонального компьютера Win SL 8 Russian OLP NL Academic Edition Legalization Get Genuine. Права на программы для ЭВМ обновление операционной системы для персонального компьютера Windows Professional 8 Russian Upgrade OLP NL Academic Edition. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные. 2. Программа для ЭВМ Office Standard 2013 Russian OLP NL Academic Edition. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.</p>

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
 ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
 «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**дисциплины «ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ В БИЗНЕСЕ»**

обучения

очная форма обучения на 2 курсе в 3 семестре, заочная форма обучения на 3 курсе в 2 сессию

Рабочую программу осуществляет:

Лекции: д.с.н., проф. Шайхисламов Р.Б.

Практические занятия: д.с.н., проф. Шайхисламов Р.Б.

Вид работы	Объем дисциплины очная форма 3 семестр	Объем дисциплины заочная форма 3 курс 2 сессия
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	72/2	72/2
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	22,2	24,7
лекций	10	10
практических/ семинарских	12	14
лабораторных		
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2	0,7
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР), в т.ч. на курсовую работу	49,8	43,5
Учебных часов на подготовку к зачету (контроль)		3,8

Форма контроля: зачет в 3 семестре на 2 курсе по очной форме обучения, во 2 сессию 3 курса заочной формы обучения.

Очная форма обучения

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости
		ЛК	ПР	ЛР	СР			
1.	<b>Занятие № 1. Эффективность 19оммуникационных кампаний</b> 1.Понятия «эффект» и «эффективность» 2.Экономическая, социальная и коммуникативная эффективность кампаний 3.Этапы оценки эффективности 19оммуникационных кампаний в бизнесе	2	2		8	Основная 1-5, дополнительная 6-8	На основе контент-анализа СМИ определить эффективность медийной активности бизнес-структур	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Ситуационные задачи.
2.	<b>Занятие № 2 Методы оценки эффективности коммуникационных кампаний</b> 1. Опросные методы оценки эффективности 2.Использование больших данных для оценки эффективности 3.Метод наблюдения в оценке эффективности 4. Метод контент-анализа в оценке эффективности	0	2		8	Основная 1-5, дополнительная 6-8 <i>Составление SWOT-матрицы анализа рыночной ситуации до и после кампании (на примере региона)</i> <i>Составление матрицы STEP-анализа рыночной ситуации до и после кампании (на примере муниципального образования)</i> <i>Составление гайда для фокусированного интервью для анализа эффективности кампании в бизнесе</i>	<i>Составление SWOT-матрицы анализа рыночной ситуации до и после кампании (на примере муниципального образования)</i> <i>Составление гайда для фокусированного интервью для анализа эффективности кампании в бизнесе</i>	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Собеседование. Ситуационные задачи.
3.	<b>Занятие № 3. Количественные и качественные показатели эффективности коммуникационных кампаний</b>	2	2		8	Основная 1-5, дополнительная	Анализ «Удачные и неудачные примеры взаимодействия бизнес рекламы и PR»	Индивидуальный опрос. Групповой оп-

	1. Показатели эффективности рекламной кампании в СМИ и директ-мейл 2. Показатели эффективности PR-кампании в СМИ и директ-мейл 3. Показатели эффективности личных контактов 4. Показатели эффективности обратной связи					6-8		рос. Собеседование. Ситуационные задачи.
4.	<b>Занятие № 4. Оценка эффективности рекламной кампании</b> 1. Измерение экономической эффективности кампании 2. Измерение коммуникационной эффективности кампании	2	2		8	Основная 1-5, дополнительная 6-8	<i>На основе открытых данных опросов дать характеристику изменений в клиентской базе бизнес-структур.</i>	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Собеседование. Ситуационные задачи.
5	<b>Занятие № 5. Оценка эффективности PR-кампании</b> 1. Измерение результатов публицити 2. Измерение результатов информационной работы 3. Измерение результатов информирования общественности с обратной связью 4. Измерение результатов диалоговой коммуникации с общественностью	2	2		8	Основная 1-5, дополнительная 6-8	Дать характеристику восприятия и понимания миссии и меседжа бизнес-структур	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Собеседование. Ситуационные задачи
6	<b>Занятие № 6. Оценка кумулятивной эффективности политических коммуникационных кампаний</b> 1. Оценка эффективности PR-сопровождения рекламной кампании 2. Оценка эффективности рекламного обеспечения PR-кампании 3. Измерение краткосрочных, среднесрочных и стратегических результатов интегрированных маркетинговых коммуникаций	2	2		8,3	Основная 1-5, дополнительная 6-8	Разработать рекомендации и предложения по эффективному взаимодействию рекламных и PR-мероприятий бизнес-структуры с учетом социальных интересов и социальных проблем	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Собеседование. Ситуационные задачи. Кейс-задача.
	<b>Всего часов:</b>	10	12		49,8			

Заочная форма обучения

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости
		ЛК	ПР	ЛР	СР			
1.	<b>Занятие № 1. Эффективность коммуникационных кампаний</b> 1. Понятия «эффект» и «эффективность» 2. Экономическая, социальная и коммуникативная эффективность кампаний 3. Этапы оценки эффективности коммуникационных кампаний в бизнесе	2	2		7	Основная 1-5, дополнительная 6-8	На основе контент-анализа СМИ определить эффективность медийной активности бизнес-структур	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Ситуационные задачи.
2.	<b>Занятие № 2 Методы оценки эффективности коммуникационных кампаний</b> 1. Опросные методы оценки эффективности 2. Использование больших данных для оценки эффективности 3. Метод наблюдения в оценке эффективности 4. Метод контент-анализа в оценке эффективности	0	4		7	Основная 1-5, дополнительная 6-8 <i>Составление SWOT-матрицы анализа рыночной ситуации до и после кампании (на примере региона)</i> <i>Составление матрицы STEP-анализа рыночной ситуации до и после кампании (на примере муниципального образования)</i> <i>Составление гайда для фокусированного интервью для анализа эффективности кампании в бизнесе</i>	<i>Составление SWOT-матрицы анализа рыночной ситуации до и после кампании (на примере региона)</i> <i>Составление матрицы STEP-анализа рыночной ситуации до и после кампании (на примере муниципального образования)</i> <i>Составление гайда для фокусированного интервью для анализа эффективности кампании в бизнесе</i>	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Собеседование. Ситуационные задачи.
3.	<b>Занятие № 3. Количественные и качественные показатели эффективности коммуникационных кампаний</b>	2	2		7	Основная 1-5, дополнительная	Анализ «Удачные и неудачные примеры взаимодействия бизнес-рекламы и PR»	Индивидуальный опрос. Групповой оп-

	1. Показатели эффективности рекламной кампании в СМИ и директ-мейл 2. Показатели эффективности PR-кампании в СМИ и директ-мейл 3. Показатели эффективности личных контактов 4. Показатели эффективности обратной связи					6-8		рос. Собеседование. Ситуационные задачи.
4.	<b>Занятие № 4. Оценка эффективности рекламной кампании</b> 1. Измерение экономической эффективности кампании 2. Измерение коммуникационной эффективности кампании	2	2		7	Основная 1-5, дополнительная 6-8	<i>На основе открытых данных опросов дать характеристику изменений в клиентской базе бизнес-структур.</i>	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Собеседование. Ситуационные задачи.
5	<b>Занятие № 5. Оценка эффективности PR-кампании</b> 1. Измерение результатов публицити 2. Измерение результатов информационной работы 3. Измерение результатов информирования общественности с обратной связью 4. Измерение результатов диалоговой коммуникации с общественностью	2	2		7	Основная 1-5, дополнительная 6-8	Дать характеристику восприятия и понимания миссии и меседжа бизнес-структур	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Собеседование. Ситуационные задачи
6	<b>Занятие № 6. Оценка кумулятивной эффективности политических коммуникационных кампаний</b> 1. Оценка эффективности PR-сопровождения рекламной кампании 2. Оценка эффективности рекламного обеспечения PR-кампании 3. Измерение краткосрочных, среднесрочных и стратегических результатов интегрированных маркетинговых коммуникаций	2	2		8,5	Основная 1-5, дополнительная 6-8	Разработать рекомендации и предложения по эффективному взаимодействию рекламных и PR-мероприятий бизнес-структуры с учетом социальных интересов и социальных проблем	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Собеседование. Ситуационные задачи. Кейс-задача.
	<b>Всего часов:</b>	10	14		43,5			