


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:
на заседании кафедры социологии и
работы с молодежью
протокол № 10 от «17» июня 2017 г.
Заведующий кафедрой
 /Шайхисламов Р.Б.

Согласовано:
Председатель УМК факультета фило-
софии и социологии

 /Хабибуллина З.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ В БИЗНЕСЕ

Вариативная часть


программа магистратуры

Направление подготовки (специальность)
39.04.01 Социология

Направленность (профиль) подготовки
Социология коммуникаций

Очная, заочная формы обучения

Квалификация магистр

Разработчик (составитель) профессор кафедры социологи и работы с молодежью, д.социол.н., профессор	 / Шайхисламов Р.Б.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------

Для приема 2017

Уфа 2018

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры социологии и работы с молодежью протокол от «17» июня 2017 г. № 10

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры социологии и работы с молодежью: обновлено содержание изучаемых тем, обновлено содержание вопросов к зачету, расширен список тем эссе, пересмотрены и обновлены тестовые задания, пересмотрен список литературы, протокол от 16.06.2018 г. №10.

Заведующий кафедрой



/ Шайхисламов Р.Б.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины (модуля), приняты на заседании кафедры социологии и работы с молодежью: обновлена рекомендованная литература, список вопросов для аттестации по итогам дисциплины, программное обеспечение, протокол от «22» апреля 2019 г. № 8.

Заведующий кафедрой



/ Шайхисламов Р.Б.

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	6
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	6
Фонд оценочных средств по дисциплине	7
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	7
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	15
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	23
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	23
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	23
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	24
7. Приложение 1. Содержание рабочей программы	26

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:

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 нормативными документами и техническим заданием; Проведение НИР, аналитических разработок в соответствии с нормативными требованиями; Презентация НИР, аналитических разработок в соответствии с нормативными требованиями	ПК-5 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	

	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	ПК-9 способность использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп	
	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	
Владения (навыки / опыт деятельности)	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	
	Владеть: устойчивыми навыками соблюдения нормативных требований и документационного оформления результатов НИР	ПК-5 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	
	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	ПК-9 способность использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп	
	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	

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Цели дисциплины: формирование профессиональных научно-исследовательских, проектных и производственно-прикладных компетенций обучающихся на основе знаний, умений и навыков 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 проблем	Отрывочные, фрагментарные представления, отсутствие знаний по существу	В целом знания о сущности и видах социальных проблем

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

Выше представлена таблица для формы промежуточного контроля – зачета.

Критериями оценивания на очной форме обучения является оценка (зачтено/ не зачтено), которая выставляется преподавателем за ответы студентов на зачете. Студенту задаются три вопроса.

Шкала оценивания на зачете:

- «зачтено» - выставляется студенту, если его ответ достаточно полный, освещены все аспекты вопросов, по которым студент отвечает, студент владеет свободно материалом.

- «не зачтено» - выставляется студенту, если его ответ не раскрывает вопросы, по которым он отвечает, студент не ориентируется в понятиях. Не зачтено выставляется также, если студент не готов к ответу на вопросы, отказывается отвечать.

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	Индивидуальный и групповой опрос, практические задания
	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	
	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	
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	Индивидуальный и групповой опрос, практические задания
	Уметь составлять проект, реализовывать и презентовать научные исследования, аналитических разработок в соответствии с нормативными документами и техниче-	ПК-5 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с	

	ским заданием	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	
3-й этап	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	Индивидуальный и групповой опрос, практические задания
Владеть навыками	Владеть: устойчивыми навыками соблюдения нормативных требований и документационного оформления результатов НИР	ПК-5 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок 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 оптималь-	ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и	

	ные 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	рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей	
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Описание оценочных средств

Зачет является оценочным средством для всех этапов освоения компетенций.

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

Индивидуальный и групповой опрос (устный опрос)

Индивидуальный опрос осуществляется по вопросам, предусмотренным семинарскими занятиями.

Это метод контроля позволяющий оценить знания одного студента. Вопросы должны быть четкими, ясными, конкретными, охватывать основной материал программы. Содержание вопросов должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать сущность явлений, доказывать, подбирать примеры, делать выводы. Вопрос задается всей группе, затем вызывают для ответа конкретного студента. При необходимости целесообразно наводящими вопросами помогать студенту, не подсказывая ему правильного ответа. Заключительная часть устного опроса – подробный анализ ответов студентов. Преподаватель отмечает как положительные стороны, так и указывает на недостатки ответа, делает вывод о том, как изложен учебный материал.

Групповой опрос во время лекции, семинарского занятия с целью проверки остаточных знаний, анализа проблемной ситуации задаются вопросы аудитории, в ответах на которые участвуют несколько студентов или вся аудитория.

Вопросы для семинаров

Занятие № 1. Эффективность коммуникационных кампаний

Вопросы для устного опроса:

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

Практические задания:

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

Занятие № 2 Методы оценки эффективности коммуникационных кампаний

Вопросы для устного опроса:

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

Практические задания:

1. Составление SWOT-матрицы анализа рыночной ситуации (на примере региона)
2. Составление матрицы STEP-анализа рыночной ситуации (на примере муниципального образования)
3. Составление гайда для фокусированного интервью для анализа эффективности коммуникационных кампаний в бизнесе

Занятие № 3. Количественные и качественные показатели эффективности коммуникационных кампаний

Вопросы для устного опроса:

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

Практические задания:

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

Занятие № 4. Оценка эффективности рекламной кампании

Вопросы для устного опроса:

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

Практические задания:

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

Занятие № 5. Оценка эффективности PR-кампании

Вопросы для устного опроса:

1. Измерение паблиситного капитала бизнес-структуры
2. Измерение результатов информационной работы
3. Измерение результатов информирования общественности с обратной связью
4. Измерение результатов диалоговой коммуникации с общественностью

Практические задания:

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

Занятие № 6. Оценка кумулятивной эффективности коммуникационных кампаний в бизнесе

Вопросы для устного опроса:

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

Практические задания:

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

*Критерии и методика оценивания ответов по устному
(индивидуальному и групповому) опросу:*

Устный (индивидуальный и групповой) опрос оценивается по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «не удовлетворительно»:

Критерии оценивания:

Показатель оценки	Распределение баллов
Соответствие содержание заявленной теме	1
Логичность и последовательность изложения материала	1
Привлечение актуальных нормативных актов и современной научной литературы	1
Глубина и всесторонность раскрытия текста	2

Оценки	Результаты устного ответа
«отлично»	5 баллов
«хорошо»	4 балла
«удовлетворительно»	3 балла
«неудовлетворительно»	2-1 балл

Практические задания

Практические задания выполняются после чтения лекций, дающих теоретические основы для их выполнения. Выполнение практических заданий во время семинарских занятий, а также в виде самостоятельной работы – одна из основных форм организации учебного процесса. Практические задания могут быть в виде проблемных задач, творческих заданий, ситуационных задач, разработки авторского проекта и т.д. Студенты при решении практических заданий приобретают умения и навыки, опыт творческой деятельности по изучаемой дисциплине, закрепление, углубление, происходит расширение и детализация знаний, развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности

Примеры проблемных задач:

1. Показать навыки социальной экспертизы проектов политических коммуникаций (на конкретных примерах)
2. Разработать рекомендации и предложения рекламных и PR-мероприятий в области общественного мнения с учетом социальных интересов и социальных проблем
3. Аналитическая записка «Повестка дня СМИ» (по выбору студента – печатные издания, теле- и радиоканалы)

Критерии и методика оценивания ответов по практическим заданиям

Практические задания оцениваются по 4-балльной шкале - «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «не удовлетворительно»

Показатель оценки	Распределение баллов
Правильно понимает сущность вопроса, дает точное определение и истолкование основных понятий	1
Логичность и последовательность изложения материала	1
Привлечение актуальных нормативных актов и современной научной литературы	1
Степень обоснованности аргументов и обобщений, глубина, всесторонность раскрытия текста	2

Оценки	Результаты устного ответа
«отлично»	5 баллов
«хорошо»	4 балла
«удовлетворительно»	3 балла
«неудовлетворительно»	2-1 балл

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>.
2. Барежев, В.А. Проведение PR-кампании: Электронное учебное пособие [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Барежев. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. — 161 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/63781>.
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>.
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>.
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	http://www.nir.ru/socio/scipubl/socis.htm	Журнал «Социологические исследования»
3	http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm	Социологические журналы в Web
4	http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm	Российские социологические журналы
7	www.ecsocman.edu.ru	Портал по социологии, экономике и менеджменту
8	http://sociology.extrim.ru/bibl.htm	Библиотека социолога

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные.

2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные.

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

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	2	3
<p>1.учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 310 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),</p> <p>2.учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: аудитория № 310 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),</p> <p>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 419 Лаборатория ИТ (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 310 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),</p> <p>4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 419 Лаборатория ИТ (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 310 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),</p> <p>5.помещения для самостоятельной работы: читальный зал № 5 (гуманитарный корпус, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p>6. помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</p>	<p>Аудитория № 310 Учебная мебель, доска.</p> <p>Аудитория № 419 Лаборатория ИТ Учебная мебель, шкафы, моноблоки МоноблокLenovoThinkCentreAll-in-One 2048MB 320GB, инв. номер 410134000000704-410134000000718 (15 штук).</p> <p>Аудитория № 421 Лаборатория ИТ Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX 660, экран настенный Classic Norma 244*183. Компьютер в сборе (Системный блок Power Cool/ Core i3-8100(3.6)/ 8 Gb/HDD 1 Тб/DVD-RW/450W/ Win 10 Pro/Кл-ра USB/ Мышь USB/ LCD Монитор 21,5”) (16 шт.)</p> <p>Читальный зал № 5 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер KyoceraM130 – 1 шт., сканер EpsonV33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, МоноблокIRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p> <p>Аудитория № 305 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, орг. техника.</p>	<p>1.Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные.</p> <p>2.Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные.</p> <p>3.Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License.</p> <p>4. Windows 10. Предустановленная. Договор № 004 от 19.03.2019 г. Лицензии –Бессрочная.</p>

ния: аудитория № 305 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)		
-----------------------------------------------------------------------------	--	--

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

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

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

на 3 семестре 2 курса очной формы обучения и на 2 сессии 3 курса заочной формы обучения

очная, заочная формы обучения

Рабочую программу осуществляют:

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

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

Вид работы	Объем дисциплины, всего
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	72/2
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	22,2
лекций	10
практических/ семинарских	12
лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР), в т.ч. на курсовую работу	49,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (контроль)	-

Форма контроля: зачет в 3 семестре на 2 курсе очной формы 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.	Занятие № 1. Эффективность коммуникационных кампаний 1. Понятия «эффект» и «эффективность» 2. Экономическая, социальная и коммуникативная эффективность кампаний 3. Этапы оценки эффективности коммуникационных кампаний в бизнесе	2	2		8	Основная 1-5, дополнительная 6-8	На основе контент-анализа СМИ определить эффективность медийной активности бизнес-структур	Индивидуальный и групповой опрос, практические задания
2.	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	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>		Индивидуальный и групповой опрос, практические задания
3.	Занятие № 3. Количественные и качественные показатели эффективности коммуникационных кампаний 1. Показатели эффективности рекламной кампании в СМИ и директ-мейл	2	2		8	Основная 1-5, дополнительная 6-8	Анализ «Удачные и неудачные примеры взаимодействия бизнес рекламы и PR»	Индивидуальный и групповой опрос, практические задания

	2. Показатели эффективности PR-кампании в СМИ и директ-мейл 3. Показатели эффективности личных контактов 4. Показатели эффективности обратной связи							
4.	Занятие № 4. Оценка эффективности рекламной кампании 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 и групповой опрос, практические задания
5	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	2	2		8	Основная 1-5, дополнительная 6-8	Дать характеристику восприятия и понимания миссии и сообщения бизнес-структур	Индивидуальный и групповой опрос, практические задания
6	Занятие № 6. Оценка кумулятивной эффективности коммуникационных кампаний 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 и групповой опрос, практические задания
	Всего часов:	10	12		49,8			