ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
УСИЛЕННОЙ КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 33B3 B100 9FAE C5B4 452F ADAE C64F 6784
Действителен: с 21 марта 2022 г. по 21 июня 2023 г.
Владелец: АНОВО "МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ" в лице ректора Манюшиса Альгирдаса Юозо
Дата: 15.04.2022

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Рабочая программа дисциплины

Оценка эффективности рекламной и паблик рилейшнз деятельности

Направление подготовки	**Реклама и связи с общественностью**
Код	42.03.01
Направленность (профиль)	Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR
Квалификация выпускника	**Бакалавр**

Москва
2021 г.

1. **Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы**

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-6

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-6	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-6.1 Применяет технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде ПК-6.2 Использует при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью основные приёмы и методы копирайтинга ПК-6.3 Применяет различные технические средства в организации специальных мероприятий

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-6		
	-закономерности и способы рекламирования в разных каналах и типах СМИ -проблемы планирования и реализации онлайн и офлайн рекламных и PR кампаний	-применять все возможные методы оценки эффективности в онлайн среде -применять разные технологии оценки эффективности копирайтинга при организации офлайн-кампаний	-навыками оценки эффективности мероприятий -навыками мониторинга специальных событий и их анализа

4.Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Оценка эффективности рекламной и паблик рилейшнз деятельности» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП.

Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский, проектный, маркетинговый, организационный, технологический.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR

5. Объем дисциплины

Виды учебной работы	***Формы обучения***			
	Очная	***Очно-заочная***	***Заочная***	***Заочная с применением ДОТ***
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	4/144	4/144	4/144	4/144
Контактная работа:				
Занятия лекционного типа	6	8	4	2
Занятия семинарского типа	6	16	4	4
Промежуточная аттестация: Зачет / зачет с оценкой / **экзамен** /	0,15	0,15	4	9
Самостоятельная работа (СРС)	131,85	119,85	132	129

6.Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1.Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1.Очная форма обучения

№ п/п	**Раздел/тема**	**Виды учебной работы (в часах)**						
		Контактная работа						**Самостоятельная работа**
		Занятия лекционного типа		**Занятия семинарского типа**				
		Лекции	*Иные учебные занятия*	*Практические занятия*	*Семинары*	*Лабораторные раб.*	*Иные занятия*	

1.	Рекламная и PR-деятельность в системе маркетинга	2			2			32
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию	2			2			32
3.	Анализ экономических составляющих рекламного бизнеса.							32
4.	Анализ коммуникативной эффективности рекламной и пиар-деятельности.	2			2			36,85
	Итого	6			6			131,85
Промежуточная аттестация		0,15						

6.1.2.Очно-заочная форма обучения

№ п/п	**Раздел/тема**	**Виды учебной работы (в часах)**						
		Контактная работа						**Самостоятельная работа**
		Занятия лекционного типа		**Занятия семинарского типа**				
		Лекции	*Иные учебные занятия*	*Практические занятия*	*Семинары*	*Лабораторные раб.*	*Иные занятия*	
1.	Рекламная и PR-деятельность в системе маркетинга	2			4			30
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию	2			4			30

3.	Анализ экономических составляющих рекламного бизнеса.	2			4			30
4.	Анализ коммуникативной эффективности рекламной и пиар-деятельности.	2			4			29,85
	Итого	8			16			119,85
Промежуточная аттестация		0,15						

6.1.3.Заочная форма обучения

№ п/п	**Раздел/тема**	**Виды учебной работы (в часах)**						
		Контактная работа						**Самостоятельная работа**
		Занятия лекционного типа		**Занятия семинарского типа**				
		Лекции	*Иные учебные занятия*	*Практические занятия*	*Семинары*	*Лабораторные раб.*	*Иные занятия*	
1.	Рекламная и PR-деятельность в системе маркетинга	1			1			33
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию	1			1			33
3.	Анализ экономических составляющих рекламного бизнеса.	1			1			33

4.	Анализ коммуникативной эффективности рекламной и пиар-деятельности.	1			1			33
	Итого	4			4			132
Промежуточная аттестация		4						

6.1.4. Заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/п	**Раздел/тема**	**Виды учебной работы (в часах)**						
		Контактная работа						**Самостоятельная работа**
		Занятия лекционного типа		**Занятия семинарского типа**				
		Лекции	*Иные учебные занятия*	*Практические занятия*	*Семинары*	*Лабораторные раб.*	*Иные занятия*	
1.	Рекламная и PR-деятельность в системе маркетинга	1		1				30
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию	1		1				30
3.	Анализ экономических составляющих рекламного бизнеса.			1				33
4.	Анализ коммуникативной эффективности рекламной и пиар-деятельности.			1				36
	Промежуточная аттестация	9						
	Итого	2		4				129

6.2.Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1.Содержание лекционных занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	*Содержание лекционного занятия*
1.	Рекламная и PR-деятельность в системе маркетинга	Значение рекламы и PR как функций маркетинга. Информационно-психологическое воздействие на потребителя. Этапы разработки рекламных и PR-кампаний.
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию	Цель и назначение анализа затрат в сфере рекламной деятельности. Рентабельность рекламной деятельности.
3.	Анализ экономических составляющих рекламного бизнеса.	Анализ эффективности использования трудовых и материальных ресурсов. Анализ показателей с использованием приемов факторного анализа.
4.	Анализ коммуникативной эффективности рекламной и пиар- деятельности.	Методика оценки эффективности рекламной деятельности. Анализ коммуникативной эффективности рекламной кампании. Оценка эффективности отдельных средств рекламы и PR.

*6.2.2.*Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	*Содержание практического занятия*
1.	Рекламная и PR-деятельность в системе маркетинга	1.Участники рекламной деятельности. 2.Рекламный отдел: его структура, назначение, функции. 3.Схема разграничения функций рекламодателя. 4. Рекламное агентство. 5. Взаимодействие предприятия с рекламными агентствами.
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию	1. Анализ затрат на 1 рубль объема продукции (работ, услуг). 2.Условно-постоянные и условно-переменные расходы. 3. Рентабельность. 6.Оценка резервов повышения привлекательности продукции путем рекламных мероприятий.
3.	Анализ экономических составляющих рекламного бизнеса.	1.Резервы повышения. 2.Оборотный капитал. 3.Оборотные средства. 4.Структура, анализ движения, эффективности использования.
4.	Анализ коммуникативной эффективности рекламной и пиар- деятельности.	1.Эффективность психологического воздействия рекламы. 2.Методы оценки коммуникативной эффективности рекламной продукции: метод наблюдения, метод фокус-группы, метод глубинного интервью, панельный метод. 3.Автоматический телемаркетинг по телефону.

6.2.3.Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	*Содержание самостоятельной работы*

1.	Рекламная и PR-деятельность в системе маркетинга	Значение рекламы и PR как функций маркетинга. Информационно-психологическое воздействие на потребителя. Этапы разработки рекламных и PR-кампаний.
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию	Цель и назначение анализа затрат в сфере рекламной деятельности. Рентабельность рекламной деятельности.
3.	Анализ экономических составляющих рекламного бизнеса.	Анализ эффективности использования трудовых и материальных ресурсов. Анализ показателей с использованием приемов факторного анализа.
4.	Анализ коммуникативной эффективности рекламной и пиар- деятельности.	Методика оценки эффективности рекламной деятельности. Анализ коммуникативной эффективности рекламной кампании. Оценка эффективности отдельных средств рекламы и PR.

7.Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:
- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в ПРИЛОЖЕНИИ к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

7.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Рекламная и PR-деятельность в системе маркетинга	Опрос. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию	Опрос, творческое задание. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
3.	Анализ экономических составляющих рекламного бизнеса.	Опрос. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.

4.	Анализ коммуникативной эффективности рекламной и пиар- деятельности.	Опрос, деловая игра. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.

7.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Примерные вопросы

1. Раскройте понятие рекламы, ее цели и задачи.
2. Охарактеризуйте результаты воздействия рекламы.
3. Назовите направления группировки затрат на рекламную деятельность.
4. Раскройте методику анализа затрат на 1 рубль объема продукции (работ, услуг).
5. Дайте определение точки безубыточности, маржинального анализа, запаса финансовой прочности.
6. Назовите показатели, характеризующие эффективность использования материальных ресурсов.
7. Охарактеризуйте методику оценки эффективности отдельных средств рекламы.
8. Какие факторы влияют на уровень прибыли от рекламного воздействия?
9. Как рассчитывается рентабельность рекламной деятельности?
10. Дайте характеристику рекламного бюджета, его назначения, функции.
11. Раскройте методику анализа влияния рекламных мероприятий на результаты основной деятельности предприятия.
12. Как осуществляется контроль за расходованием средств бюджета?

Типовые творческие задания и деловые игры

Задание 1.
Составьте план рекламных мероприятий для организаций с различными сферами деятельности (например, производственного предприятия, образовательной организации, благотворительного фонда, юридической конторы и т.д.) Проведите предварительную оценку экономической эффективности данных мероприятий.

Задание 2.
Разработайте PR-кампанию для организации выбранной сферы деятельности. Сделайте предварительную оценку коммуникативной эффективности данной PR-кампании.

Задание 3.
Составьте анкету для потребителей по оцениванию рекламной продукции компании.

Деловая игра.
Студенты делятся на несколько групп по 6-8 человек, выбирают модератора и инсценируют метод оценки рекламы под названием «Фокус-группа». Записывают проведение фокус-группы на видео, затем просматривают и комментируют увиденное, определяя, какая группа провела анкетирование наиболее продуктивно.

Типовые вопросы к зачёту

1. Раскройте значение рекламы как функции маркетинга.
2. Приведите примеры маркетинговых коммуникаций.
3. Раскройте взаимодействие предприятия с рекламными агентствами.
4. Назовите направления группировки затрат на рекламную деятельность.
5. Раскройте методику анализа затрат на 1 рубль объема продукции (работ, услуг)
6. Дайте определение точки безубыточности, маржинального анализа, запаса финансовой прочности.
7.Назовите критерий оценки соотношения труда и заработной платы.

8.Назовите показатели, характеризующие эффективность использования материальных ресурсов.

9.К какому экономическому эффекту приводит ускорение (замедления) использования оборотных средств организации?
10.Охарактеризуйте методику оценки эффективности отдельных средств рекламы.
11.Какие факторы влияют на уровень прибыли от рекламного воздействия?
12.Как рассчитывается рентабельность рекламной деятельности?
13.Дайте характеристику рекламного бюджета, его назначения, функции.
14.Раскройте методику анализа влияния рекламных мероприятий на результаты основной деятельности предприятия.
15.Расскажите о методах опроса потребителей.

Реализация программы с применением ДОТ:

Типовые проблемные задачи

1. Назовите методы оценки экономической эффективности рекламной и PR-кампании.
2. Какова роль коммуникативной эффективности рекламы и PR-деятельности?
3. Какие методы используются для оценки коммуникативной эффективности рекламы?
4. В чем заключается сложность в оценке эффективности рекламного воздействия на аудиторию?
5. Какова роль анализа целевой аудитории при подготовке рекламной и PR-кампании?

Типовые ситуационные задачи

Задача 1

При разработке рекламной кампании косметической продукции была определена целевая аудитория – женщины в возрасте 25–39 лет. В городе Ярославле на 1 января 2021 г. проживали 601 403 человека. Из них женщин в возрасте 25–39 лет – 78 182 человека. Согласно исследованиям, смотрели телепередачу «N» 210 000 человек, из них 40 000 женщин в возрасте 25–39 лет. Рассчитайте индекс соответствия.

Задача 2

В ходе рекламной кампании было набрано 108 GRP18+, размер целевой аудитории 18+ в городе – 330 420 человек. Определите количество потенциальных контактов с рекламным сообщением (OTS).

Задача 3

Коммерческое предприятие «Луч света» занимается реализацией осветительного оборудования, которое пользуется спросом у специалистов. На рекламу интернет-магазина компания потратила 430 тыс. руб. До проведения рекламной кампании среднемесячная выручка составляла 3450 тыс. руб. С начала рекламной кампании выручка выросла до 4485 тыс. руб. Рентабельность – 25%. Каков экономический эффект от рекламы?

Задача 4

Проанализируйте коммуникативную эффективность 3 роликов телевизионной рекламы. Для этого разработайте критерии (не менее 5) их оценки и по данным критериям оцените выбранные ролики, используя метод ранжирования. Данные занесите в таблицу. По результатам выполнения задания подготовьте краткую аналитическую записку.

Критерии оценки	Рекламные сообщения		
	1	2	3
1. …			
2. …			
3. …			
4. …			
5. …			
Сумма баллов			
Средний балл			
Ранг			

Типовые тесты

1. Положительный показатель ROI имеет место, если
   а) выручка от продаж, полученных как результат рекламной кампании, меньше, чем затраты на рекламную кампанию;
   +) выручка от продаж больше, чем затраты на рекламную кампанию;
   в) выручка от продаж равна затратам на рекламную кампанию;
   г) выручка от продаж не зависит от затрат на рекламную кампанию.
2. Показатель кросс-эффективности используется для
   а) прогнозирования эффективности рекламной кампании на стадии планирования;
   б) оценки эффективности различных коммуникационных каналов в рамках одной рекламной кампании;
   +) сравнения эффективности различных сопоставимых между собой рекламных кампаний;
   г) оценки размера рыночной доли, достигнутой в результате рекламной кампании.
3. К показателям финансовой эффективности рекламы НЕ относится
   а) показатель возврата инвестиций;
   б) стоимость продажи;
   в) показатель кросс-эффективности;
   +) рост уровня спонтанной известности торговой марки.
4. Отношение коммуникативной и финансовой составляющих эффективности рекламы отражено в высказывании
   +) для достижения экономических показателей эффективности рекламы сначала необходимо достичь коммуникационных показателей, связанных с увеличением объема продаж лишь косвенно;
   б) понравившаяся потребителям реклама обеспечивает рост продаж;
   в) немедленные продажи являются безусловным критерием коммуникативной эффективности рекламы;
   г) рекламные кампании, которые обеспечивают продажи, не обязательно обладают качеством коммуникативной эффективности.
5. Q-методология – это
   +) метод изучения различий в глубинной структуре установок и мнений потребителей, основанная на ранжировании респондентом совокупности предложенных утверждений.
   б) метод выявления структуры факторов и измерения их значений и степени влияния на поведение человека.

в) метод установления тенденций развития практики рекламирования, а также определения зависимости между особенностями рекламы и ее воздействием;
г) метод создания карт восприятия, которые предназначены для наглядного представления того, как потребители воспринимают торговые марки или товары.

6. Пиплметрия – это технология исследования
а) аудитории газет и журналов;
+) телеаудитории;
в) аудитории радиовещания;
г) аудитории транзитной рекламы.
7. Термином «exposure» принято обозначать
+) попадание представителя аудитории в зону действия источника рекламной информации;
б) объем аудитории одного источника рекламной информации;
в) совокупность различных источников рекламной информации, адресованной одной целевой группе;
г) контакт представителя аудитории с рекламой.
8. Маркетинговые факторы эффективности рекламы:
а) целевая аудитория и правовое регулирование;
б) характеристики продукта и параметры медиапланирования;
+) операционный рынок и бюджет;
г) тип, содержание, структура рекламного сообщения.
9. Коммуникативная эффективность рекламы НЕ включает показатель
а) распознаваемость;
б) запоминаемость;
в) притягательность;
г) рентабельность.
10. Анализ ответной реакции потребителей на рекламные мероприятия опирается на описание характеристик
а) форма ответной реакции, динамика ответной реакции, рыночная ситуация;
б) динамика ответной реакции, рыночная ситуация, потенциал рекламного агентства;
в) форма ответной реакции, динамика ответной реакции, рост уровня положительного отношения к товару;
г) снижение показателя «покупка/посещение», форма ответной реакции, рыночная ситуация.

7.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция);
2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо

выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

1. Требование к теоретическому устному ответу

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

2. Творческие задания

Эссе – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

Критерии оценивания - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка *«хорошо»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если не выполнены никакие требования.

3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

При реализации программы с применением ДОТ:

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка «выполнено» ставится в случае, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи, а именно, когда обучающийся в целом выполнил

задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка «не выполнено» ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

4. Интерактивные задания

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

5. Комплексное проблемно-аналитическое задание

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерий оценивания - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

При реализации программы с применением ДОТ:

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка «выполнено» ставится в случае, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи, а именно, когда обучающийся в целом выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка «не выполнено» ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

6. Исследовательский проект

Исследовательский проект **–** проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерии оценивания - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

7. Информационный проект (презентация):

Информационный проект **–** проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

Критерии оценивания - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

8. Дискуссионные процедуры

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

– лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;

– смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;

– смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

9. Тестирование

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

Критерии оценивания – правильный ответ на вопрос.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий.

Оценка *«хорошо»* ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий.

10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и, по существу, излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература:

1. Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание) : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 132 c. — ISBN 978-5-394-01542-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/57030.html

2. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 121 c. — ISBN

978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/75200.html

3. Минько, Э. В. Оценка эффективности коммерческих проектов : учебное пособие / Э. В. Минько, О. В. Завьялов, А. Э. Минько. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 553 с. — ISBN 978-5-4486-0015-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/74230.html

4. Межов, И. С. Инвестиции: оценка эффективности и принятие решений : учебник / И. С. Межов, С. И. Межов. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. — 380 с. — ISBN 978-5-7782-3482-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/91716.html

8.3. Периодические издания

1. Журнал «Реклама. Теория и практика». - Режим доступа: http://www.grebennikoff.ru/product/3
2. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» - Режим доступа:http://www.mavriz.ru
3. Журнал «Маркетинг» - Режим доступа: http://www.marketolog.ru/
4. Сайт журнала «Рекламные идеи» www.advi.ru
5. Сайт журнала «Индустрия рекламы» http://www.ir-magazine.ru
6. Электронный журнал http://www.outdoor.ru

9.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронная библиотечная система www.biblioclub.ru
2. Сайт Ассоциации коммуникационных агентств России - http://www.akarussia.ru/
3. Сайт Российской ассоциации по связям с общественностью - www.raso.ru
4. www.pronline.ru – сайт содержит статьи в области коммуникативного менеджмента, рецензии, ссылки, а также профессиональные форумы.
5. www.brandmedia.ru – рекламный центр
6. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайнрежиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
2. внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
3. выполнение самостоятельных практических работ;
4. подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016
2. Семейство ОС Microsoft Windows
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс

(Информационный комплекс)

5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)

6. Антивирусная система NOD 32

7. Adobe Reader. Лицензия проприетарная свободно-распространяемая.

8. Электронная система дистанционного обучения АНОВО «Московский международный университет». *https://elearn.interun.ru/login/index.php*

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

1. компьютеры персональные для преподавателей с выходом в сети Интернет;
2. наушники;
3. вебкамеры;
4. колонки;
5. микрофоны.

13.Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайнрежиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;

- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;

- контрольные опросы;

- консультации;

- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;

- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);

- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: («*мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.*) используются следующие:

- *диспут*

- *анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач*

- *ролевая игра;*

- *круглый стол;*

- *мини-конференция*

-*дискуссия*

- *беседа.*

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.