

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

**Экономический факультет**

**Институт мировой экономики и бизнеса**

**Рекомендовано МССН/МО**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Аналитическое обеспечение PR-проектов**

**42.04.01 - Направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»**

**Специализация - «Управление связями с общественностью»**

**Москва, 2018**

## Раздел I. Основная часть

### Программа курса

**1. Цели преподавания дисциплины:** освоение необходимых для PR-специалиста методов, методик и приемов анализа коммуникаций бренда и/или организации для ведения эффективной коммуникационной деятельности.

Задачи изучения курса:

1. ознакомление студентов с современными методами анализа коммуникаций бренда и/или организации;
2. формирование у обучающихся навыков проведения анализа коммуникационных процессов бренда и/или организации;
3. выработка навыков коммуникационного аудита бренда.

**2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:** «Аналитическое сопровождение PR-деятельности» относится к вариативной части Блока 1 учебного плана: Б1.О.02.05.

«Аналитическое сопровождение PR-деятельности» является предшествующей для следующих курсов специализации «Управление связями с общественностью»: Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии, Технологии IR, Управление коммуникационными проектами, Оценка эффективности PR-коммуникаций, Корпоративные коммуникации, Психология управления коммуникациями, Учебная (научно-исследовательская) практика, Преддипломная практика, Научно-исследовательская работа (НИР), Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы и др.

#### Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
<b>Универсальные компетенции</b>			
1	УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий		Оценка эффективности PR-коммуникаций Корпоративные коммуникации Психология управления коммуникациями Учебная (научно-исследовательская) практика Преддипломная практика Научно-исследовательская работа (НИР) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2	УК-2 - Способен	Технологии GR	Стратегический

	управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Учебная практика (проектная)	менеджмент в коммуникационной индустрии Технологии IR Управление коммуникационными проектами Оценка эффективности PR-коммуникаций Корпоративные коммуникации Преддипломная практика Научно-исследовательская работа (НИР) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>			
3	ОПК-4 - Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты		Учебная (научно-исследовательская) практика Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
	ОПК-5 - Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		Управление коммуникационными проектами Оценка эффективности PR-коммуникаций Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
<b>Профессиональные компетенции</b>			
4	ПКО-2 - Способен осуществлять проектно-аналитическую	Технологии GR Современные технологии и	Технологии IR Управление коммуникационными

	деятельность с учетом специфики профессиональной среды	коммуникации в рекламе и PR	проектами Оценка эффективности PR-коммуникаций Корпоративные коммуникации Производственная (аналитическая) практика Учебная (научно-исследовательская) практика Преддипломная практика Научно-исследовательская работа (НИР) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
--	--	-----------------------------	--

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий

УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла УК

ОПК-4 - Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ОПК

ОПК-5 - Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ПКО-2 - Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- роль аналитического компонента в разработке и реализации коммуникационных программ и кампаний бренда и/или организации;
- ключевые методы и методики исследования коммуникационных практик бренда и/или организации.

В результате изучения дисциплины студент должен уметь:

- осуществлять аналитические процедуры при оценке коммуникационных практик бренда и/или организации и в процессе реализации коммуникационных кампаний и программ.

В результате изучения дисциплины студент должен владеть:

- навыками разработки и составления аналитических документов, проведения коммуникационных исследований, а также презентации их итогов.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		2			
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	24	24			
В том числе:	-	-	-	-	-
Лекции	8	8			
Практические занятия (ПЗ)					
Семинары (С)	16	16			
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	48	48			
Общая трудоемкость	час	72	72		
	зач. ед.	2	2		

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Тренды современных коммуникаций в аспекте коммуникационной аналитики	Коммуникационная аналитика – база современных коммуникаций. Глобальная практика коммуникационных исследований. Возникновение коммуникационных исследований в США. Роль института Гэллага в формировании стандартов исследований общественного мнения. Коммуникационная аналитика в России: от игнорирования к осознанию значимости.
2.	Место исследований в моделях коммуникаций. Замкнутый цикл PR-исследования	Современные модели коммуникационных кампаний. Место исследований в моделях RACE, ROSIE и др. Замкнутый цикл исследований в PR. Процесс ПИО.
3.	Методы исследования в PR	Классификация исследований в PR. Методы исследований в PR-кампаниях. Специфика исследований интернет-коммуникаций.
4.	Системы медиамониторинга	Рынок медиамониторинга в России. Системы медиамониторинга: Медиалогия, Интегрум, Public.ru, ExLibris, Скан, LexisNexis, Factiva и др.
5.	Системы мониторинга в социальных сетях	Рынок мониторинга социальных сетей в России. Сервисы мониторинга социальных сетей: Brandspotter, YouScan, Wobot и др.

##### 5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семин	СРС	Всего час.
1.	Тренды современных коммуникаций в аспекте коммуникационной аналитики	1			2	8	11
2.	Место исследований в моделях коммуникаций. Замкнутый цикл PR-исследования	1			2	10	13
3.	Методы исследования в PR	2			8	10	20

4.	Системы медиамониторинга	2			2	10	14
5.	Системы мониторинга в социальных сетях	2			2	10	14
		8			16	48	72

## 6. Лабораторный практикум

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Трудо-емкость; (час.)
1.			
2.			
...			

## 7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (час.)
1.	Тренды современных коммуникаций в аспекте коммуникационной аналитики	Анализ коммуникационных практик и оценка роли аналитики в обеспечении эффективности их реализации. Holmes Report – одна из наиболее влиятельных площадок глобальной коммуникационной аналитики. НРКК и его влияние на рынок PR-услуг в России	2
2.	Место исследований в моделях коммуникаций. Замкнутый цикл PR-исследования	Информационная повестка дня. Мониторинг и формирование.	2
3.	Методы исследования в PR	Использование маркетинговых исследований при проведении PR-кампаний. Контент и интент-анализ бренда в зарубежных СМИ. Рейтинг как результат коммуникационной аналитики и инструмент влияния на общественное мнение. Анализ интернет-коммуникаций бренда. Анализ сайта бренда и/или организации. Анализ активностей бренда и/или организации в социальных сетях. Изучение систем мониторинга сайтов Яндекс.Метрика и Google Analytics.	8
4.	Системы медиамониторинга	Работа с системой медиамониторинга «Медиалогия»	2
5.	Системы мониторинга в социальных	Работа с системой мониторинга социальных сетей Brandspotter	2

**8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

- учебные аудитории (кабинеты) с рабочими местами для проведения лекций (по числу студентов в потоке) и для проведения семинаров (по числу студентов в отдельных группах);
- доска;
- стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office 2007; демонстрационное оборудование:
- мультимедийный проектор;
- допускается использование переносной аппаратуры – ноутбук и проектор;
- экран (стационарный или переносной настольный);
- флипчарт и маркеры;
- доска (мел или маркеры в зависимости от качества доски).

**9. Информационное обеспечение дисциплины:**

**а) Программное обеспечение: ОС MS Windows (XP и выше), MS Office.**

**б) Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:**

<http://www.inion.ru/>

<http://www.akarussia.ru>

<http://www.raso.ru>

<http://www.prsa.org>

<https://www.holmesreport.com/>

**10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:**

а) основная литература

1. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / О. А. Кажанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09757-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/428511> (дата обращения: 24.06.2019).

б) дополнительная литература

1. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425174> (дата обращения: 24.06.2019).
2. Зерчанинова, Т. Е. Социология: методы прикладных исследований : учебное пособие для вузов / Т. Е. Зерчанинова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 207 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-00106-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/436532> (дата обращения: 24.06.2019).
3. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 181 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05522-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438593> (дата обращения: 24.06.2019).

4. Кравченко, А. И. Методология и методы социологических исследований : учебник для вузов / А. И. Кравченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 828 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3330-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426476> (дата обращения: 24.06.2019).
5. Рой, О. М. Исследования социально-экономических и политических процессов : учебник для академического бакалавриата / О. М. Рой. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07631-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438350> (дата обращения: 24.06.2019).
6. Семилет, Т. А. Исследования культуры в современном мире : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Т. А. Семилет. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 138 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-08968-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438807> (дата обращения: 24.06.2019).
7. Тульчинский, Г. Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. Л. Тульчинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 338 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03469-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432797> (дата обращения: 24.06.2019).
8. Федотова Л.Н. Социологическая проблематика медиаисследований: словарь и дайджест основных понятий [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Л.Н. Федотова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2017. - 164 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6662>
9. Федотова Лариса Николаевна. Методология и методика медиаисследований [Текст/электронный ресурс] : Монография / Л.Н. Федотова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2015. - 264 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/5488>
10. Чумиков Александр Николаевич. Медиарилейшнз [текст/электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - Электронные текстовые данные. - М. : Аспект Пресс, 2014. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3557>

## **11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Рекомендации по написанию реферата:

В рамках данного курса возможно написание реферата, который готовится студентом самостоятельно на основании рекомендованной преподавателем литературы. Подготовка реферата студентами является неотъемлемой частью процесса обучения в высшей школе, необходимым элементом формирования специалистов, готовящихся к самостоятельной практической работе. Реализация данного вида учебной работы прежде всего приобщает студента к научно-исследовательскому процессу, позволяет ему выявить собственные интересы в пределах изучаемой специальности, расширить какую-то определенную область познания и наметить предпочтительное поле практической деятельности.

Каждый вид учебно- и научно-исследовательской работы представляет собой самостоятельную разработку, отражающую уровень общенаучной и специальной подготовленности студента, степень освоения им знаний, умений и навыков, полученных за определенный период обучения в высшей школе.

Общие требования к реферату

1. Реферат – это самостоятельный научный труд студента;



2. Реферат готовится единолично;
3. Реферат должен обладать внутренним единством смысла;
4. Выводы реферата должны быть производными от содержания основной части;
5. Текст и заключение курсовой работы должны содержать собственные суждения автора по избранной им тематике.

Требования к оформлению реферату

1. Параметры страницы: размер бумаги – 210X297 мм (формат А4); ориентация - книжная; поля – левое, правое, верхнее и нижнее, - 2 см.
2. Шрифт – Times New Roman (русифицированный) размером 12 пт, обычный.
3. Межстрочный интервал – полуторный.
4. Абзацные отступы (красные строки) – 1,5 см.
5. Выравнивание текста – по ширине.
6. Расстановка переносов – автоматическая.
7. Номера страниц проставляются на каждой странице, кроме титульного листа (т.е. содержание – это страница № 2)

В содержании отражаются структура реферата (введение и т.д.) с указанием номеров страниц, где находится каждый пункт. Теоретическую часть предлагается разделить на соответствующие подпункты (параграфы).

Во введении раскрывается актуальность темы, представляется собственная позиция автора относительно значимости данной темы для рекламы и связей с общественностью и причины, по которой студентом выбрана для написания именно эта тема работы.

Теоретическая часть реферата должна отражать знания по базовым положениям права с конкретизацией основных положений изучаемой специальности. Студент должен раскрыть основные определения, представить основной спектр мнений по выбранной проблематике и обосновать собственную позицию, которая будет являться определяющей по теме реферата. В данной части должны быть раскрыты базовые понятия, принятые в сфере рекламы и связей с общественностью. По окончании работы студенту предлагается сделать заключение и выводы по исследуемой им научно-практической теме.

В списке использованной литературы материалы помещаются в алфавитном порядке, начиная с указания фамилии автора. Все указанные в списке источники должны содержать указание на источник их публикации с указанием места издания, названия издания и издательства, года издания и / или выходных данных документа (для электронных справочных систем), количества / номера страниц.

Примерная тематика рефератов:

1. Роль и место исследований в разработке и реализации успешных коммуникационных проектов
2. Модели и процедуры коммуникационного исследования
3. Современные классификации коммуникационных исследований
4. Качественные методы исследования, используемые при планировании и реализации PR-кампаний
5. Количественные методы исследования, используемые при планировании и реализации PR-кампаний
6. Общая характеристика компьютерных программ, используемых в медиаисследованиях
7. Исследования в интернет-коммуникациях.

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

*Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Аналитическое обеспечение PR-проектов» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН: <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=8465>.*

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

**Разработчики:**

Канд.филол.наук, доцент кафедры  
Рекламы и бизнес-коммуникаций

**Ю.Н. Земская**

**Руководитель программы**

Канд.фил.наук, доцент, зав. кафедрой  
Рекламы и бизнес-коммуникаций

**Н.В. Трубникова**

**Заведующий кафедрой**

Рекламы и бизнес-коммуникаций

**Н.В. Трубникова**



