ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ ИМ. ПРОФ. М.А. БОНЧ-БРУЕВИЧА» (СПбГУТ)

Кафедра Социально-политических наук
(полное наименование кафедры)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор – проректор по учебной работе
_____ Г.М. Машков
«19» 06 2018 г.

Регистрационный №_18.01/903-Д

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Анализ рынка PR и рекламы
(наименование дисциплины)

образовательная программа высшего образования

42.04.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки / специальности)

магистр
(квалификация)

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
(направленность / профиль образовательной программы)

очная форма
(форма обучения)

Санкт-Петербург

Рабочая программа дисциплины составлена на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности) подготовки «42.04.01 Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.04.2015 № 372, и в соответствии с рабочим учебным планом, утвержденным ректором университета.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Анализ рынка PR и рекламы» является:

Данный курс направлен на ознакомление слушателей с методами маркетинговых исследований, которые используются в сфере связей с общественностью и рекламы с учетом специфики современных рыночных условий. Курс построен на описании комплексного подхода в маркетинговых исследованиях и предлагает базовые рекомендации по ведению исследования согласно данному подходу. Ознакомившись с материалами курса, студенты получат базовый набор теоретических знаний и навыков по анализу внутренней и внешней среды организации средствами маркетинга. Цель курса: создать представление о связи маркетингового комплекса с комплексом СО-воздействия. Для достижения этой цели необходимо решить ниже перечисленные задачи.

Эта цель достигается путем решения следующих(ей) задач(и):

Задачи курса: - сформировать представление о структуре и тенденциях развития рынка рекламы и СО-услуг в России и за рубежом; - описать факторы ценообразования маркетинговой услуги; - описать методы стимулирования сбыта на этом рынке; - сформировать представление об алгоритме исследования рынка услуг в сфере коммуникации; - описать пути работы с клиентами и прочими общественными группами

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Анализ рынка PR и рекламы» Б1.В.07 относится к вариативной части программы магистратуры «42.04.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Анализ рынка PR и рекламы» основывается на базе знаний, умений и компетенций, полученных студентами на предыдущем уровне образования.

3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Компетенции, установленные ФГОС ВО

Таблица 1

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции
1	ПК-16	способностью использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов

Планируемые результаты обучения

Таблица 2

Код компе-тенции	знать	уметь	владеть

ПК-16	элементы экономического анализа и технико-экономического обоснования проектов;	разрабатывать технико-экономическое обоснование проектов;	способностью использовать элементы экономического анализа в практической деятельности;

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Таблица 3

Вид учебной работы		**Всего часов**	**Семестры**
			1
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ	108	108
Контактная работа с обучающимися		36.35	36.35
в том числе:			
Лекции		8	8
Практические занятия (ПЗ)		26	26
Лабораторные работы (ЛР)			-
Защита контрольной работы			-
Защита курсовой работы			-
Защита курсового проекта			-
Промежуточная аттестация		2.35	2.35
Самостоятельная работа обучающихся (СРС)		38	38
в том числе:			
Курсовая работа			-
Курсовой проект			-
И / или другие виды самостоятельной работы: подготовка к лабораторным работам, практическим занятиям, контрольным работам, изучение теоретического материала.		38	38
Подготовка к промежуточной аттестации		33.65	33.65
Вид промежуточной аттестации			Экзамен

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины.

Таблица 4

№ п/п	**Наименование раздела (темы) дисциплины**	**Содержание раздела**	**№ семестра**		
			очная	**очно-заочная**	**заочная**
1	Раздел 1. тема 1. Роль связей с общественностью в условиях экономики информационного общества	Предпосылки возникновения и становления связей с общественностью (СО) и маркетинга. Соотношение понятий СО и маркетинг. Взгляд на СО через призму российской экономики.	1		

2	Раздел 2. Тема 2. Способы исследовательской активности коммерческой фирмы и инициализация маркетингового исследования	Описание самостоятельной исследовательской активности коммерческой фирмы и взаимодействие с исследовательской компанией. Плюсы и минусы каждого из альтернативных вариантов исследовательской активности, инициация процесса маркетингового исследования. Критерии соответствия задач исследования и способам реализации..	1		
3	Раздел 3. Тема 3. оценка исследовательской компании и механизм взаимодействия исследовательской компании с заказчиком.	Критерии и способы оценки исследовательской компании. Сфера компетенции заказчика при проведении маркетингового исследования.	1		
4	Раздел 4. Тема 4. Типология маркетинговых исследований	Типология маркетинговых исследований. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Кабинетные исследования в деятельности СО-специалиста.	1		
5	Раздел 5. тема 5. Качественные маркетинговые исследования	Описание процесса качественного исследования. Цели и задачи. Методы и методики качественных исследований.	1		
6	Раздел 6. Тема 6. Количественные маркетинговые исследования	Описание процесса количественного исследования. Цели и задачи.Методы и методики количественного исследования.	1		
7	Раздел 7. Тема 7. Методы b2b в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью	Специфика исследований b2b сектора. Экспертное интервью как ведущий метод исследования	1		

5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами.

Таблица 5

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин
1	Организация и планирование рекламной деятельности в коммерческой сфере

5.3. Разделы дисциплин и виды занятий.

Очная форма обучения

Таблица 6

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплин	Лек-ции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Семи-нары	СРС	Всего часов

1	Раздел 1. тема 1. Роль связей с общественностью в условиях экономики информационного общества	1	4			6	11
2	Раздел 2. Тема 2. Способы исследовательской активности коммерческой фирмы и инициализация маркетингового исследования	1	4			6	11
3	Раздел 3. Тема 3. оценка исследовательской компании и механизм взаимодействия исследовательской компании с заказчиком.	1	4			6	11
4	Раздел 4. Тема 4. Типология маркетинговых исследований	1	4			6	11
5	Раздел 5. тема 5. Качественные маркетинговые исследования	1	4			6	11
6	Раздел 6. Тема 6. Количественные маркетинговые исследования	1	4			6	11
7	Раздел 7. Тема 7. Методы b2b в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью	2	2			2	6
	Итого:	8	26	-	-	38	72

6. Лабораторный практикум

Рабочим учебным планом не предусмотрено

7. Практические занятия (семинары)

Очная форма обучения

Таблица 7

№ п/п	Номер раздела (темы)	Наименование практических занятий (семинаров)	Всего часов
1	1	Тема 1. Роль связей с общественностью в условиях экономики информационного общества	4
2	2	тема 2. Способы исследовательской активности коммерческой фирмы и инициализация маркетингового исследования	4
3	3	тема 3. Оценка исследовательской компании и механизм взаимодействия исследовательской компании с заказчиком	4
4	4	Тема 4. Типология маркетинговых исследований	4
5	5	Тема 5. Качественные маркетинговые исследования	4
6	6	Тема 6. Количественные маркетинговые исследования	4
7	7	Тема 7. Исследования b2b в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью	2
		Итого:	26

8. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Рабочим учебным планом не предусмотрено

9. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

Таблица 8

№ раздела дисцип-лины	Содержание СРС	Форма контроля	Всего часов
1	Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе)	собеседование	6
2	Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе)	собеседование	6
3	Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе)	собеседование	6
4	Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе)	собеседование	6
5	Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе)	собеседование	6
6	Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе)	собеседование	6
7	Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе)	собеседование	2
		Итого:	38

10. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для самостоятельной работы по дисциплине рекомендовано следующее учебно-методическое обеспечение:

- Положение о самостоятельной работе студентов в Санкт-Петербургском государственном университете телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича;
- рекомендованная основная и дополнительная литература;
- конспект занятий по дисциплине;
- слайды-презентации и другой методический материал, используемый на занятиях;
- методические рекомендации по подготовке письменных работ, требования к их содержанию и оформлению (реферат, эссе, контрольная работа) ;
- фонды оценочных средств;

11. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Фонд оценочных средств разрабатывается в соответствии с Методическими рекомендациями по формированию ФОС и приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017г. № 301 г. Москва "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам

высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры" и является приложением к рабочей программе дисциплины.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине включает в себя:

- 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;
- 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.

Для каждого результата обучения по дисциплине определяются показатели и критерии оценки сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

12. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоений дисциплины

12.1. Основная литература:

1. Афонасова, М. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Афонасова М. А. - Томск : Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2015. - 106 с. - Б. ц.

12.2. Дополнительная литература:

1. Мазилкина, Е. И. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Мазилкина Е. И. - Москва : Дашков и К, 2010. - ISBN 978-5-699-40886-3 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.
2. Романов, А. А. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Романов А. А. - Краснодар : Южный институт менеджмента, 2012. - 174 с. - ISBN 2227-8397 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.
3. Васильев, Г. А. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : учебное пособие / Васильев Г. А. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с. - ISBN 978-5-238-01280-3 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.
4. Невоструев, П. Ю. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Невоструев П. Ю. - Москва : Евразийский открытый институт, 2011. - 199 с. - ISBN 978-5-374-00297-3 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.

13. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- www.sut.ru
- lib.spbgut.ru/jirbis2_spbgut

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

14.1. Программное обеспечение дисциплины:

- Open Office
- Google Chrome

14.2. Информационно-справочные системы:

- ЭБС iBooks (https://ibooks.ru)
- ЭБС IPRbooks (http://www.iprbookshop.ru)
- ЭБС Лань (https://e.lanbook.com/)
- ЭБС СПбГУТ (http://lib.spbgut.ru)

15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

15.1. Планирование и организация времени, необходимого для изучения дисциплины

Важным условием успешного освоения дисциплины «Анализ рынка PR и рекламы» является создание системы правильной организации труда, позволяющей распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. Большую помощь в этом может оказать составление плана работы на семестр, месяц, неделю, день. Его наличие позволит подчинить свободное время целям учебы, трудиться более успешно и эффективно. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Все задания, включая вынесенные на самостоятельную работу, рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующего аудиторного занятия (лекции, практического занятия), что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новыми знаниями и навыками.

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций и практических занятий), работа на которых обладает определенной спецификой.

15.2. Подготовка к лекциям

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от студента

требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая студенту понять глубинные процессы развития изучаемого предмета, как в истории, так и в настоящее время.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

15.3. Подготовка к практическим занятиям

Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке пройденного материала (материала лекций, практических занятий), а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Необходимо понимать, что невозможно во время аудиторных занятий изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов, и при изучении дисциплины недостаточно конспектов занятий. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

15.4. Рекомендации по работе с литературой

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, №

страницы). Впоследствии эта информации может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам;
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слова-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

15.5. Подготовка к промежуточной аттестации

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

16. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 9

№ п/п	Наименование специализированных аудиторий и лабораторий	Наименование оборудования
1	Лекционная аудитория	Аудио-видео комплекс
2	Аудитории для проведения групповых и практических занятий	Аудио-видео комплекс
3	Лаборатория	Лабораторные стенды (установки) Контрольно-измерительные приборы
4	Компьютерный класс	Персональные компьютеры
5	Аудитория для курсового и дипломного проектирования	Персональные компьютеры

6	Аудитория для самостоятельной работы	Компьютерная техника
7	Читальный зал	Персональные компьютеры