

Аннотация дисциплины «Управление качеством рекламы и PR-продукта»

для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Профиль: Интегрированные коммуникации
Очная форма обучения**

Целями освоения дисциплины являются формирование профессиональных компетенций в процессе освоения теоретических знаний и приобретения практических навыков в анализе и исследовании эффективности рекламных PR-продуктов.

Место дисциплины в структуре ОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений цикла профиля (элективный) дисциплин модуля 2 «Управление рекламным и PR-контентом» блока 1 учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Интегрированные коммуникации», бакалавриат, очная форма обучения.

Содержание курса:

Раздел I. Эффективность рекламно-маркетинговых кампаний.

Понятие эффективность рекламы и PR. Критерии эффективности – охват, запоминаемость, понимание. Экономическая эффективность рекламных мероприятий. Психологическая эффективность применения средств рекламы. Количественные и качественные методы. Схема оценки слога.

Раздел II. Практика повышения эффективности рекламы и PR.

Факторы, повышающие и понижающие эффективность рекламных носителей. Особенности продвижения образовательных услуг – потребительские показатели, экономические и организационные факторы. Типы аргументации, используемые в рекламе вузах. Принципы оценки эффективности деятельности в сфере PR. Критерии оценки эффективности PR – субъект, объект, канал, целевая аудитория, эффект. Методы PR исследований – контент-анализ, экспертный опрос. Основные инструменты для оценки PR-деятельности. Составляющие PR-оценки. Эффективность и результативность.