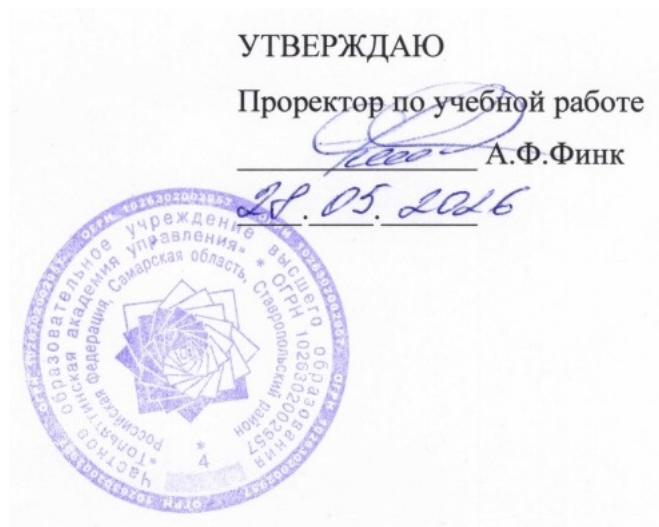


Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Финк Анастасия Федоровна
 Должность: Проректор по учебной работе
 Дата подписания: 10.06.2026 11:44:09
 Уникальный программный ключ:
 2431bd5130e74d20a9fc74baab365dd497e3afa3

ЧОУ ВО «Тольяттинская академия управления»

кафедра связей с общественностью



Б1.В.10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебная дисциплина	<i>Оценка эффективности маркетинговой кампании</i>
По направлению подготовки	<i>42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»</i>
Профиль (программа бакалавриата)	<i>«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»</i>
Форма обучения	<i>Очная</i>

Программа дисциплины рассмотрена (актуализирована) и
 утверждена на заседании кафедры связей с общественностью

Протокол заседания № 10 от «15» мая 2026 г

Заведующий кафедрой Шнякина Юлия Равильевна

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Рабочая программа дисциплины «Оценка эффективности маркетинговых кампаний» составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 №512 (с изменениями и дополнениями) и учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях».

Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕТ / 144 академических часов, в том числе: 20 часов контактной работы и 88 часов самостоятельной работы обучающихся.

Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий (по учебному плану)

Вид учебной работы		Количество часов								
		Всего по учебному плану	Семестры							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Контактная работа (всего):		20					20			
в том числе:										
Лекции		4					4			
Практические занятия		12					12			
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4					4			
Самостоятельная работа (всего):		88					88			
Виды промежуточной аттестации		Экзамен					Экзамен 36			
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины:	Часы:	144					144			
	Зач. ед.:	4					4			

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины является формирование у обучающихся специальные знания, навыки, умения, связанные с подготовкой и организацией проведения качественных маркетингового анализа, необходимого для создания своей эффективной маркетинговой кампании в будущем.

В задачи дисциплины входит

- ~ научиться анализировать рынок и подстраиваться под его изменения;
- ~ освоить приемы работы с большим объемом информации;
- ~ научиться использовать приёмы аналитики в своей сфере деятельности.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ

Учебная дисциплина «Оценка эффективности маркетинговых кампаний» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. «Дисциплины (модули)».

Знания, умения и навыки, приобретенные в результате изучения данной дисциплины, будут необходимы для освоения дисциплин « Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью», « Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Основы продюсерства», «Event-менеджмент», «Управление конфликтами», прохождения преддипломной практики, а также для написания выпускной квалификационной работы.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Результаты освоения образовательной программы (компетенции обучающихся) устанавливаются в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки и профессиональными стандартами, соответствующими профессиональной деятельности выпускников, а также на основе анализа требований работодателей, предъявляемых к выпускникам. Планируемые результаты обучения по дисциплине (знания, умения, навыки) обеспечивают достижение результатов освоения образовательной программы.

		- навыками подготовки аналитических материалов по результатам маркетинговой кампании
Шифр и название компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК – 4 Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с	ПК-4.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	Знать: - способы оценки эффективности маркетинговых кампаний - количественные и качественные методы для оценки эффективности маркетинговой кампании Уметь: - применять методы сбора и анализа информации; - использовать методы исследования общественных явлений и процессов; - использовать современные средства обработки информации - организовать самостоятельно процесс социологического исследования для оценки эффективности маркетинговой компании Владеть: - навыками оценки эффективности маркетинговой кампании; навыками использования компьютерных технологий обработки данных - способностью использовать количественные и качественные методы социологического исследования для оценки эффективности маркетинговой кампании

5. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Семестр изучения: 5

Раздел, модуль	Подраздел, тема	Виды учебной работы					Промежу точная аттестация в часах	Форма текущего контроля	Формиру емые компетен ции
		Контактная работа (в часах)			Самостоятельная работа				
		лек ции	практи ческие занятия	КСР	в часах	формы организации самостоятельной работы			
	Тема 1. Что такое аналитика и её функции	2	2		20	Повторение пройденного материала, подготовка к практической работе		Проверка практической работы	ПК-4.3
	Тема 2. Виды аналитики и их назначение	-	2		20	Повторение пройденного материала, подготовка к практической работе		Проверка практической работы	ПК-4.3
	Тема 3. Принципиальная схема проведения исследования	-	2		20	Повторение пройденного материала, подготовка к практической работе		Проверка практической работы	ПК-4.3
	Тема 4. Работа с массивами данных	2	2		14	Повторение пройденного материала, подготовка к практической работе Подготовка к семинару-дискуссии		Проверка практической работы Участие в дискуссии	ПК-4.3
	Тема 5. Инструменты создания каналов обратной связи	-	4		14	Повторение пройденного материала, подготовка к практической работе Подготовка к семинару-дискуссии		Проверка практической работы Участие в дискуссии	ПК-4.3

Форма промежуточной аттестации Экзамен					Подготовка к промежуточной аттестации			
Итого	4	12	4	88	-	36		
	144							

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Что такое аналитика и её функции

Общее понятие аналитики. Функции аналитики. Аналитика в маркетинговой деятельности. Технология организации работ по маркетинговому анализу. Методики исследования рынка. Сбор маркетинговой информации для сохранения эффективных показателей.

Тема 2. Виды аналитики и их назначение

Виды аналитики – ретроспективная и проспективная. Ретроспективный анализ и его назначение. Проспективный анализ и его назначение. Методы исследований, доступные внутренним маркетинговым службам. Фокус-группы и другие методы исследования.

Тема 3. Принципиальная схема проведения исследования

Понятие маркетингового исследования. Процесс маркетингового исследования. Фазы маркетингового исследования. Принципы маркетингового исследования. Классификация методов маркетингового исследования.

Тема 4. Работа с массивами данных

Методы сбора маркетинговой информации. Инструменты анализа маркетинговой информации. Инструменты работы с массивами данных. Понятие предиктивного маркетинга. Задачи предиктивного маркетинга.

Тема 5. Инструменты создания каналов обратной связи

Назначение каналов обратной связи. Концепция обратной связи. Инструменты по созданию каналов обратной связи. Каналы для поддержания обратной связи. Принципы эффективной обратной связи. Значение обратной связи. Сервисы для поддержания обратной связи.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

В рамках данной учебной дисциплины обучающиеся выполняют самостоятельную внеаудиторную работу в виде повторения пройденного материала по всем темам, изучения дополнительного теоретического материала по темам , подготовки докладов по темам к семинару дискуссии , подготовки к промежуточным аттестациям.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При изучении данной дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Тема занятия	Вид образовательной технологии	Форма проведения занятия
--------------	--------------------------------	--------------------------

Тема 1. Что такое аналитика и её функции	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое занятие</i>
Тема 2. Виды аналитики и их назначение	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое занятие</i>
Тема 3. Принципиальная схема проведения исследования	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое занятие</i>
Тема 4. Работа с массивами данных	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое занятие</i>
	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Семинар-дискуссия</i>
Тема 5. Инструменты создания каналов обратной связи	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое занятие</i>
	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Семинар-дискуссия</i>

9. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

9.1. Формы контроля по дисциплине

Текущий контроль. В процессе изучения учебной дисциплины обучающиеся участвуют в устных теоретических опросах, выполняют практические и индивидуальные задания, тесты, участвуют в коллективных разработках, выступают с докладами. Результаты данных видов работ являются основанием для выставления оценок текущего контроля по данной учебной дисциплине. Выполнение всех работ и тестов является обязательным для всех обучающихся. Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме все практические задания и тесты, не сделавшие хотя бы одного публичного доклада и не участвующие хотя бы в одной коллективной разработке не допускаются к сдаче экзамена по данной учебной дисциплине.

Промежуточная аттестация. Для контроля усвоения обучающимися данной дисциплины и достижения запланированных результатов обучения учебным планом предусмотрен экзамен в форме устного ответа на теоретический вопрос и выполнения тестовых заданий

9.2. Оценочные материалы (оценочные средства) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине представлены в фондах оценочных средств.

Промежуточная аттестация.

Список вопросов для подготовки к экзамену в 5 семестре

1. Понятие аналитики как инструмента в маркетинговой деятельности.
2. Понятие и история развития аналитики.
3. Понятие маркетингового исследования.

4. Виды аналитики и их назначение.
5. Основные стратегии маркетинговых кампаний.
6. Функции аналитики.
7. Аналитика в маркетинговой деятельности.
8. Основные технологии организации работ по маркетинговому анализу.
9. Сбор маркетинговой информации для сохранения эффективных показателей.
10. Методики проведения маркетингового анализа. Самая эффективная методика.
11. Методика организации работ для эффективного маркетингового анализа.
12. Методики исследования рынка.
13. Ретроспективный анализ и его назначение.
14. Методы исследований, доступные внутренним маркетинговым службам.
15. Процесс маркетингового исследования.
16. Фазы маркетингового исследования.
17. Принципы маркетингового исследования.
18. Классификация методов маркетингового исследования.
19. Сегментирование рынка как инструмент при маркетинговом анализе.
20. Понятие ретроспективной аналитики.
21. Понятие проспективной аналитики.
22. Достоинства обоих видов аналитики.
23. Недостатки обоих видов аналитики.
24. Ретроспективный анализ и его значение для маркетинговой деятельности.
25. Проспективный анализ и его значение для маркетинговой деятельности.
26. Методы исследования для внутренних маркетинговых служб.
27. Фокус-группы как метод-исследования.
28. Основные Показатели эффективности маркетинга
29. Описание маркетинговой рентабельности
30. Принципиальная схема проведения исследования
31. Фазы и этапы маркетингового исследования.
32. Назначение каналов обратной связи.
33. Принципы эффективного маркетингового исследования.
34. Классификации методов маркетингового исследования.
35. Основные коммуникационные процессы.
36. Способы получения обратной связи
37. Правила качественной обратной связи
38. Сущность, содержание инструментов маркетинговой коммуникации.

39. Направления повышения эффективности инструментов маркетинговой коммуникации.
40. Методы сбора маркетинговой информации.
41. Интервью как метод сбора маркетинговой информации.
42. Инструменты работы с данными.
43. Инструменты, применяемые для анализа маркетинговых данных.
44. Понятие предиктивного маркетинга.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрен Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

10. РЕСУРСНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Для проведения занятий лекционного типа по данной дисциплине используются аудитории с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) и учебной мебелью.

Для проведения занятий семинарского типа (практических занятий) по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) или компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением.

Для самостоятельной работы обучающихся используется помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза.

Для проведения контроля самостоятельной работы по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) или компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением.

Для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук).

10.1 Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

№ п/п	Наименование	Тип ресурса
1	Microsoft Windows	Лицензионное соглашение Microsoft - Open Value Subscription для решений Education Solutions №V8265046 Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» № /131 от 10.07.2020. Срок действия договора - бессрочный
2	Microsoft Office	
3	Microsoft Office Visio	

4	СПС КонсультантПлюс - справочно-правовая система отечественного производства	ЛД ООО "Консультант" дог. № 251 от 01.01.2024 с с ДС № 5, 6. Срок действия договора - бессрочный
5	Антивирус Касперского 10 для Windows Workstations (Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 250-499 Node 2 year Educational Renewal License)	Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» №Tr000947217 от 04.12.2025 срок действия 10.02.2026 - 11.02.2028. Тип лицензии - проприетарная

10.2. Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

1. СПС КонсультантПлюс - справочно-правовая система отечественного производства в свободном доступе в интернет;
2. 7-Zip – архиватор;
3. Google Chrome - бесплатный веб-браузер;
4. Сервисы Google – облачные сервисы.

В соответствии с Положением о создании специальных условий для инвалидов и лиц с ОВЗ информационно-технологическая база образовательного процесса предусматривает использование материально-технических средств с учетом различных нозологий инвалидов и лиц с ОВЗ.

11 ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Тип	Количество в библиотеке
1.	Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учеб. пособие / Т. Н. Рыжикова. - Москва : Инфра-М, 2026. - 288 с. - ISBN 978-5-16-100661-0 (online). - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=471422	учебное пособие	ЭБС
2.	Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учеб. пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - 5-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2023. - 292 с. - ISBN 978-5-394-05145-6. - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=431633	учебное пособие	ЭБС

11.2 Дополнительная литература

1. Мамонтов, С. А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии : учеб. пособие / С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова. - Москва : Инфра-М, 2021. - 173 с. - ISBN 978-5-16-101226-0 (online). - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=414015>
2. Щепакин, М. Б. Экономика маркетинговой и рекламной деятельности : учебное пособие / М. Б. Щепакин, Э. Ф. Хандамова, В. М. Михайлова. - Москва : Инфра-М, 2024. - 231 с. - ISBN 978-5-16-108755-8 (online). - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=436540>
3. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования : учебник / Б. Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Инфра-М, 2022. - 512 с. - ISBN 978-5-16-110570-2 (online). - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=399580>
4. Казакова, Н. А. Маркетинговый анализ : учеб. пособие / Н. А. Казакова. - Москва : Инфра-М, 2023. - 240 с. - ISBN 978-5-16-101119-5 (online). - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=417704>

Периодические издания:

1. Вопросы экономики: научно-практический журнал. - УБД ИВИС. - URL: <https://eivis.ru/browse/publication/6645>.
2. Менеджмент в России и за рубежом: журнал. - УБД ИВИС. - URL: <https://eivis.ru/browse/publication/18786>.
3. Социально-гуманитарные знания : научно - образовательный журнал. – УБД ИВИС. – URL: <https://eivis.ru/browse/publication/63829>

11.3. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные

системы, электронные библиотечные системы:

1. Znanium: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.ru>.
2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека. – URL: <https://elibrary.ru/>.
3. Цифровая библиотека IPRsmart. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/>.
4. Консультант плюс: справочно-правовая система. – URL: T:\consultantplus\cons.exe.
5. УБД ИВИС. – URL : <https://eivis.ru/basic/details>.
6. Электронная библиотека ТАУ. – URL: <http://83.234.207.58/MarcWeb2/Default.asp>.

12. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение обучающимся дисциплины предполагает посещение практических занятий, участие в устных теоретических опросах, участие в семинарах-дискуссиях, выполнение практических и индивидуальных заданий, тестов, участие в коллективных разработках, выступление с докладами. При подготовке к практическому занятию для выполнения самостоятельной работы обучающемуся необходимо прочитать материал предыдущего практического занятия, стремясь к пониманию всех понятий и утверждений.

При работе над докладами-эссе обучающемуся следует самостоятельно проводить анализ поставленной проблемы с использованием аналитического инструментария, строить логические выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Объем доклада-эссе не должен превышать 3-4 страниц печатного текста. Результаты запланированных в дисциплине докладов-эссе должны быть оформлены в соответствии с требованиями Академии к оформлению текстовых документов. Выступление с докладом и устные ответы на вопросы являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении экзамена.

Освоение дисциплины предполагает выполнение практических заданий (практики) во время контактной работы с преподавателем либо в часы самостоятельной работы. Все практические задания дисциплины базируются на использовании результатов реальных статистических отчетов, предоставляемых преподавателями во время занятий и размещенных в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Выполненные практические работы сдаются на проверку преподавателю одним из следующих способов: сохранение в электронной информационно-образовательной среде, отправка преподавателю на почтовый ящик. При

отправке преподавателю выполненной работы по почте обучающемуся следует обеспечить личную идентификацию. Как правило, в теме или тексте письма указывается курс, ФИО обучающегося, дисциплина, тема, по которой выполнена работы. Отдельные практические работы могут быть проверены преподавателем непосредственно в аудитории. Результаты проверки выполненных работ доводятся до сведения обучающегося во-время аудиторных занятий, в часы КСР, размещаются в электронной информационно-образовательной среде.

Для закрепления приобретенных знаний, умений и навыков, для развития способностей к самообучению в дисциплине предусмотрена самостоятельная работа. Самостоятельная работа может выполняться обучающимся дома или в аудиториях Академии, специально отведенных для самостоятельной работы и оснащенных необходимым техническим и программным обеспечением, доступом к ЭИОС и ЭБС. Для успешного выполнения самостоятельной работы обучающемуся рекомендуется заранее ознакомиться с перечнем заданий и графиком ее выполнения. Подготовка к практическим занятиям с последующим участием в устном опросе предполагает: систематическое чтение конспектов практических занятий, учебников и источников дополнительной литературы; работу со справочниками и нормативными документами; аналитическую обработку, составление таблиц и схем для систематизации изученного материала; ответы на контрольные вопросы и составление плана и/или тезисов ответов; решение тренировочных задач. Подготовка к тестированию предполагает: чтение конспекта практических занятий, учебников и источников дополнительной литературы для поиска ответов на примерные вопросы теста; составление плана и/или тезисов ответов.

Для выполнения практических заданий самостоятельной работы по данной дисциплине в домашних условиях (за пределами Академии) обучающемуся необходим персональный компьютер (планшет) и программный пакет Microsoft Office не ниже 10 версии. Самостоятельная работа сопровождается методическими указаниями, размещенными в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Методические указания содержат формулировку задания, примерную технологию выполнения, формат сдачи выполненной работы. Преподаватель во время аудиторных занятий заранее обсуждает с обучающимися задание самостоятельной работы и порядок ее сдачи. Консультации по выполнению самостоятельных работ, обсуждение отметок и допущенных ошибок, защита отдельных видов самостоятельных работ осуществляется во время КСР на кафедре связей с общественностью или в аудитории по расписанию. Консультации преподавателя по выполнению самостоятельной работы могут осуществляться посредством асинхронного (почта, ЭИОС) и синхронного (zoom, сети) коммуникационного взаимодействия по

предварительной договоренности с преподавателем. Выполняемые самостоятельные работы являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении экзамена.

Формой промежуточного контроля выступает экзамен. Экзамен выставляется по результатам текущего контроля, которые озвучиваются на последнем очном занятии. Критерии выставления экзамена озвучиваются преподавателем на первых занятиях по дисциплине.

13.ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

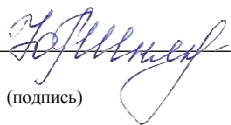
Разработчик:

А.З. Хасаншина, к.п.н., доцент


(подпись)

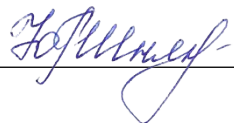
Заведующий кафедрой:

Шнякина Ю.Р., к.э.н , доцент


(подпись)

Заведующий выпускающей кафедры:

Шнякина Ю.Р., к.э.н , доцент


(подпись)

Директор БИК

О.В. Балакина


(подпись)

Начальник ООУП

Фирсова С.В.


(подпись)