

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.В.04

Мониторинг коммуникационного окружения

Учебный план: _____ ФГОС3++b420301РЦС-1_26-14.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки: _____
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: _____
(специализация) Реклама в цифровой среде

Уровень образования: _____
бакалавриат

Форма обучения: _____
очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
6	УП	34	34	39,75	0,25	3	Зачет
	РПД	34	34	39,75	0,25	3	
Итого	УП	34	34	39,75	0,25	3	
	РПД	34	34	39,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

От кафедры составителя:
Заведующий кафедрой рекламы и современных
коммуникаций

Лосева О.С.

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Бескровная В.А.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины:

1.2 Задачи дисциплины:

1. Научить студентов выявлять источники информации, определять периодичность и методы сбора данных для оценки актуального состояния коммуникационного окружения организации .

2. Развить навыки качественного и количественного анализа информационных потоков: тональности публикаций, ключевых сообщений, динамики упоминаемости, доли негативного/позитивного контента и расчета базовых метрик.

3. Обучить студентов своевременно фиксировать предпосылки репутационных кризисов, обнаруживать «информационные ямы», проблемные темы, а также точки роста и зоны влияния для планирования рекламно-PR-активностей.

4. Сформировать компетенцию по составлению аналитических отчетов, дашбордов и сводок для руководства, позволяющих обоснованно корректировать коммуникационную стратегию, медиаплан и содержание сообщений.

5. Научить использовать результаты мониторинга для оценки эффективности PR- и рекламных кампаний, сравнительного анализа конкурентов, сегментирования аудитории и адаптации контента под изменения внешней среды.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен организовать работу по подготовке к сбору цифрового следа
Знать: методы и этапы подготовки к сбору цифрового следа в коммуникационной среде,
Уметь: планировать и организовывать процесс выявления и фиксации цифровых следов объектов мониторинга
Владеть: навыками разработки организационно-технического задания на сбор цифровых данных в рамках мониторинга коммуникационного окружения.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Теоретико-методологические основы мониторинга коммуникационного окружения	6				С
Тема 1. Понятие и структура коммуникационного окружения организации		4	4	6	
Тема 2. Цели, задачи и принципы системного мониторинга		4	4	8	
Тема 3. Нормативные и этические аспекты мониторинга		4	4	6	
Раздел 2. Инструментарий и технологии сбора данных					О
Тема 4. Источники данных для мониторинга		4	4	6	
Тема 5. Программные средства и системы мониторинга		4	4	6	
Тема 6. Качественные и количественные методы сбора информации		4	4	3	
Раздел 3. Аналитика, интерпретация и применение результатов					С
Тема 7. Метрики и показатели коммуникационного окружения		4	4		
Тема 8. Визуализация и подготовка отчетов		2	2	3	
Тема 9. Принятие управленческих решений по итогам мониторинга		1	4	1,75	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		31	34	39,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		68,25		39,75	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-1	Способен проводить исследования и мониторинг рынка, медиа и коммуникационного окружения для разработки коммуникационных стратегий.

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	студент верно использует профессиональные термины, приводит примеры из PR/рекламы и отвечает на уточняющие вопросы	
Не зачтено	отсутствие понимания базовых понятий, грубые ошибки или отказ отвечать.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 6	
1	Понятие и структура коммуникационного окружения организации.
2	Цели и задачи мониторинга коммуникационного окружения.
3	Виды мониторинга: оперативный, стратегический, ситуационный.
4	Этапы проведения мониторинга коммуникационного окружения.
5	Источники информации для мониторинга.
6	Критерии отбора информационных источников.
7	Качественные методы сбора данных в мониторинге.
8	Количественные методы анализа коммуникационной среды.
9	Контент-анализ как метод мониторинга медиаполя.
10	Инструменты мониторинга социальных медиа.
11	Показатели эффективности коммуникационного мониторинга.
12	анализ тональности сообщений о компании.
13	Картирование стейкхолдеров в системе мониторинга.
14	Идентификация информационных угроз и репутационных рисков.
15	Принципы организации системы раннего предупреждения.
16	. Мониторинг конкурентной коммуникационной активности.
17	Оценка доли голоса в информационном поле.
18	Подготовка аналитического отчета по итогам мониторинга.
19	Визуализация данных коммуникационного мониторинга.
20	Использование результатов мониторинга в управлении коммуникациями.

6.3.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Проанализируйте ленту официального сообщества компании за месяц. Выявите три поста с максимальным вовлечением и три с минимальным. Опишите причины успеха и неудач.

Смоделируйте информационный кризис на примере реального бренда. Соберите высказывания пяти ключевых групп аудитории в соцсетях. Предложите план реагирования на основе мониторинга тональности.

Проведите конкурентный разбор трёх компаний из одной ниши. Сравните частоту упоминаний, долю негатива и основные темы обсуждений за месяц. Результаты оформите в виде сводной таблицы.

Создайте карту коммуникационного окружения для регионального культурного учреждения. Определите десять стейкхолдеров и оцените для каждого уровень влияния и отношения к организации.

На основе выгрузки из системы мониторинга за неделю выявите два латентных запроса аудитории. Сформулируйте гипотезы и предложите по три темы для контента или рекламной кампании.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

+

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Допуск: Студент допускается к зачету при выполнении всех требований рабочей программы (посещаемость, текущие работы).

Явка: Студент является в назначенное время.

Выбор задания: Студент устно отвечает на вопросы билета или по перечню, установленному преподавателем.

Подготовка: Предоставляется время на обдумывание (15–30 мин), разрешаются черновики.

Ответ: Студент устно излагает материал, преподаватель задает дополнительные вопросы для проверки глубины понимания.

Оценка: Выставляется «зачтено» (при полном, грамотном ответе) или «не зачтено» (при грубых ошибках, отказе отвечать).

Фиксация: Результат вносится в ведомость в день проведения зачета.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Аверченков, В. И., Рощин, С. М.	Мониторинг и системный анализ информации в сети Интернет	Брянск: Брянский государственный технический университет	2012	http://www.iprbookshop.ru/7001.html
Ревенков П. В., Дудка А. Б., Воронин А. Н., Каратаев М. В.	Финансовый мониторинг. Управление рисками отмывания денег в банках	Москва: ЦИПСИ	2012	http://www.iprbookshop.ru/10532.html
Бердников, И. П., Стрижова, А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/99362.html
Зайцева, А. В.	Теория коммуникации	Луганск: Книта	2021	http://www.iprbookshop.ru/111217.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Невоструев, П. Ю.	Маркетинговые коммуникации	Москва: Евразийский открытый институт	2011	http://www.iprbookshop.ru/10770.html

Шевченко Д.А.	Интегрированные коммуникации: Энциклопедия	Москва: Дашков и К	2019	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=359622
---------------	--	--------------------	------	---

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

СКАН-Интерфакс Электронный адрес / Доступ: <https://scan-interfax.ru>

Медиалогия Электронный адрес / Доступ: <https://www.mlg.ru>

СПАРК (Интерфакс) Электронный адрес / Доступ: <https://spark-interfax.ru>

IQBuzz Электронный адрес / Доступ: <https://iqbuzz.ru>

ТАСС (Информационное агентство) Электронный адрес / Доступ: <https://tass.ru>

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8

MicrosoftOfficeProfessional 2013

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска