

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ПИ АР НЬЮС ПАРТНЕРС»**
ИНН 7728585100 ОГРН 1067746688327

	УТВЕРЖДЕНО Приказом генерального директора ООО «ПИ АР НЬЮС ПАРТНЕРС» № 1/ОБР от «18» ноября 2025  Глазова Л.И.
--	---



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА – ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА**

«Измерение и оценка коммуникаций»
Программа социально-гуманитарной направленности

Возраст обучающихся: от 18 лет
Трудоемкость программы:
18 час.
Форма обучения: дистанционная
Уровень сложности: базовый
Срок реализации: 3 недели

**г. Москва
2025**

Содержание

1. Пояснительная записка
2. Календарный учебный график
3. Учебный план
4. Содержание программы
5. Формы аттестации и оценочные материалы
6. Литература
7. Рабочая программа

1. Пояснительная записка

В современных условиях стремительного развития информационных технологий, усиления конкуренции и возрастания значимости коммуникаций в различных сферах деятельности навыки оценки эффективности взаимодействия с аудиторией и управления репутацией приобретают особую важность. Умение измерять результаты, правильно применять метрики и использовать инструменты оценки коммуникаций становится необходимым не только для специалистов в области связей с общественностью (PR), но и для представителей самых различных профессий и отраслей.

Эта образовательная программа направлена на формирование универсальных компетенций, которые способствуют развитию системного мышления и аналитического подхода к оценке результатов любой деятельности, связанной с передачей сообщений, построением отношений и достижением стратегических целей. Освоение данных навыков помогает не только повысить качество работы и принять обоснованные управленческие решения, но и способствует более прозрачной и эффективной коммуникации в обществе в целом.

Актуальность. Образовательная программа актуальна и полезна для всех обучающихся, независимо от их профессиональной сферы, поскольку основы измерения результатов, метрики и инструменты оценки коммуникаций являются универсальными навыками. Освоение этих тем помогает развивать умение анализировать эффективность любой деятельности, построенной на взаимодействии с аудиторией, управлении репутацией и достижении целей через коммуникации. Полученные знания и навыки формируют системное мышление и способность создавать адаптированные показатели эффективности, которые применимы не только в области связей с общественностью, но и в маркетинге, управлении проектами, бизнесе и других областях, требующих объективной оценки результатов и стратегического планирования, а также в иных сферах, требующих понимания, как работают медиа изнутри.

Новизна программы состоит в том, что она разработана с учётом современных тенденций в образовании по принципу блочно-модульного освоения материала, что максимально отвечает запросу социума на возможность выстраивания индивидуальной образовательной траектории.

Кроме того, новизна программы также заключается в комплексном и структурированном подходе к освоению ключевых элементов измерения эффективности коммуникаций — от стандартов измерений и метрик до практических инструментов оценки результатов. Программа уникальна тем,

что позволяет развивать универсальные навыки анализа и построения адаптированных систем ключевых показателей эффективности (KPI), применимых в самых различных сферах деятельности, выходящих за рамки традиционного PR. Это обеспечивает слушателям увеличение компетенций, необходимых для принятия обоснованных решений и повышения результативности любой профессиональной деятельности.

Отличительной особенностью программы является применение конвергентного подхода, позволяющего выстраивать обучение, включающее в себя элементы нескольких направлений: планирования и организации деятельности. В отличие от теоретических курсов по управлению, программа предлагает конкретные инструменты и методы, которые можно сразу же применить на практике.

Адресатом программы являются все заинтересованные лица, независимо от их профессиональной сферы деятельности. Она предназначена для тех, кто стремится повысить качество коммуникаций, научиться объективно оценивать результаты своей работы и эффективно планировать достижения целей — будь то специалисты в области маркетинга, управления проектами, бизнеса, социальной сферы или другие, желающие развить системное мышление и аналитические навыки, необходимые в современном динамичном мире.

Объём и срок освоения программы

Срок освоения образовательной программы: 18 академических часов обучения, 3 недели.

Форма обучения Обучение проводится по заочной форме с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Уровень программы - базовый уровень. Базовый уровень предполагает использование и реализацию таких форм организации материала, которые допускают освоение специализированных знаний и языка, гарантированно обеспечивают трансляцию общей и целостной картины в рамках содержательно-тематического направления программы.

Особенности организации образовательного процесса

Формы реализации образовательной программы:

Программа, построена на модульном принципе представления содержания и построения учебных планов, включающие в себя относительно самостоятельные дидактические единицы — модули, позволяющие увеличить

ее гибкость, вариативность, формирующие определенную компетенцию или группу компетенций в ходе освоения.

Организация процесса освоения программы обеспечивает реализацию образовательной программы в полном объеме, качество подготовки обучающихся, соответствие применяемых форм, средств, методов обучения планируемым результатам освоения программы.

Для всех видов занятий академический час устанавливается 45 минут.

При освоении программы обучающимися предусматриваются следующие виды учебных занятий и учебных работ: лекции (в форме видео-записей, размещенных на образовательной платформе), конспекты лекций и теоретический материал для чтения, размещенный на образовательной платформе, практические занятия, решение практических задач.

Использование интерактивных образовательных технологий, в частности, образовательной платформы, способствует расширению географии слушателей, повышению интереса и мотивации обучающихся, активизации мыслительной деятельности и творческого потенциала, делает более эффективным усвоение материала, позволяет индивидуализировать обучение. Все эти технологии в совокупности обеспечивают успешное освоение учебного материала каждого модуля программы.

При реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий обучающийся осваивает образовательную программу полностью удаленно с использованием специализированной дистанционной оболочки (платформы) Геткурс, в соответствии с Публичной офертой на использование программного обеспечения и выполнение поручений по обработке заказов и платежей (в действующей редакции). Все коммуникации с педагогическими работниками осуществляются посредством указанной платформы.

Подключение обучающегося к информационно-телекоммуникационной сети Интернет обеспечивается им самостоятельно. Рабочее место обучающегося должно быть оборудовано персональным компьютером и компьютерной периферией (веб-камерой, микрофоном, аудиокolonками и (или) наушниками) либо ноутбуком, который включает встроенные камеру, микрофон и колонки (динамики).

Режим занятий

Продолжительность одного академического часа - 45 мин.

Общее количество часов в неделю – до 6 академических часов.

Занятия проводятся до 4 раз в неделю.

Обеспечение идентификации личности обучающегося

Идентификация личности обучающегося обеспечивается путем предоставления скан-копии документа, удостоверяющего личность обучающегося с адреса электронной почты, которая является логином для доступа на образовательную платформу в Системе дистанционного обучения ООО «ПИ АР НЬЮС ПАРТНЕРС».

Организация учета и хранения результатов образовательного процесса (в том числе наличие внутреннего документооборота на бумажном носителе и (или) в электронно-цифровой среде)

Учет и хранение результатов образовательного процесса и внутренний документооборот осуществляются на бумажном носителе и/или в электронно-цифровой форме. Документы хранятся по юридическому адресу организации.

Программа разработана в соответствии со следующими нормативными документами:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с последующими изменениями)
- Постановление Правительства РФ от 26.12.2017 № 1642 (ред. от 20.05.2022) "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие образования"
- Постановление Правительства РФ от 11.10.2023 N 1678 "Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ"
- Приказ Минпросвещения РФ от 27.07.2022 № 629 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам"
- Письмо Минобрнауки России от 18.11.2015 № 09-3242 "О направлении информации" (вместе с "Методическими рекомендациями по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы)").

2. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Уровень программы	Дата начала обучения по программе	Дата окончания обучения по программе	Всего учебных недель	Колич. Учебных часов	Режим занятий
	По мере набора групп		3	18	До 2 в неделю до 2 ак. часов в день

В настоящей программе отдается предпочтение следующим методам и формам обучения:

объяснительно-иллюстративный – позволяет стимулировать обучающихся к постоянному пополнению знаний;

практический – способствует развитию мышления через формирование интеллектуальных умений: обобщение, анализ, синтез, сравнение, моделирование, а также позволяет вовлечь обучающихся в практическую деятельность.

приемы: составление схем, проектирование.

Цель программы: сформировать у обучающихся универсальные знания и практические навыки в области измерения и оценки эффективности коммуникационных процессов, позволяющие создавать адаптированные системы ключевых показателей эффективности для повышения результативности деятельности в различных профессиональных сферах.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

Воспитательные:

- развить самодисциплину слушателя;
- привить умения работы в группе;
- воспитать трудолюбие, целеустремленность, предприимчивость, ответственность за результаты своей деятельности.

Развивающие:

- формировать у обучающегося культуру общения и поведения в социуме;

- развить интеллектуальные, коммуникативные и организаторские способности обучающихся;
- развить творческую активность через индивидуальное раскрытие способностей каждого обучающегося;
- развить эстетическое восприятие и аналитический подход к решению задач.

Обучающие

- дать знания о принципах измерения коммуникаций;
- научить определять целевую аудиторию;
- выстраивать стратегию коммуникации, в том числе публичных выступлений;
- познакомить с подготовкой ключевых сообщений и их адаптацией под разные каналы коммуникации;
- развить умение анализировать информационное пространство и конкурентную среду;

Ожидаемые результаты

- владение теоретическими знаниями о принципах измерения коммуникаций и метриках оценки эффективности;
- умение определять целевую аудиторию и сегментировать её для точечного взаимодействия;
- способность разрабатывать стратегии коммуникации, включая подготовку публичных выступлений и ключевых сообщений;
- умение создавать и применять показатели для оценки результатов;
- способность анализировать и интерпретировать данные для принятия управленческих решений;
- развитие практических навыков планирования, реализации и оценки коммуникационных проектов;
- готовность работать с кризисными коммуникациями и управлять информационными рисками;
- умение оформлять отчёты и презентовать результаты коммуникационной активности заинтересованным сторонам.

Учебный план

№ п/ п	Раздел	Всего акаде м часов	В том числе		Форма контроля
			Теори я (видео)	Практик а	
1	Вводный урок	0,5	0,5		Текущий контроль
2	Международные стандарты и практики	1,5	0,5	1	Текущий контроль
3	Количественные метрики. ПРЕСС-РЕЙТИНГ	1,5	0,5	1	Текущий контроль
4	SHARE OF VOICE	1,5	0,5	1	Текущий контроль
5	Целевые сми	1,5	0,5	1	Текущий контроль
6	Потенциальный охват	1,5	0,5	1	Текущий контроль
7	Качественные метрики. ХАРАКТЕР ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ	1,5	0,5	1	Текущий контроль
8	Коммуникативная роль	1,5	0,5	1	Текущий контроль
9	Информационная открытость	1,5	0,5	1	Текущий контроль
10	Ключевые сообщения	1,5	0,5	1	Текущий контроль
11	MEDIA QUALITY INDEX	1,5	0,5	1	Текущий контроль
12	Визуализация данных	1,5	0,5	1	Текущий контроль
13	Резюме и выводы – Промежуточная аттестация	1		1	Промежуточная аттестация
	Итого	18	11,5	6,5	

Условия реализации программы:

Занятия проводятся индивидуально либо в группах. Специального отбора в группы не проводится. При желании обучающийся может продолжить обучение по дополнительным модулям.

Обучающемуся потребуется: компьютер/ноутбук; компьютерная мышь (если она не входит в базовую комплектацию); веб-камера (если она не входит в базовую комплектацию); микрофон (если он не входит в базовую комплектацию); компьютерная программа для работы с текстами, таблицами, презентациями.

Материально-техническое обеспечение

№	Наименования объектов и средств материально-технического обеспечения	Кол-во	Примечания
1.	Технические средства обучения (средства ИКТ)		
1.1.	Ноутбук – рабочее место педагога (РМП)	1	Техническое устройство включает в себя встроенные динамики, камеру и микрофон.
1.2.	Комплект оборудования для подключения к сети Интернет	1	Скоростью передачи до 15 Мбит/сек.
1.3.	Мобильное устройство для хранения информации (флеш-память)	2	Интерфейс USB; емкость не менее 500 Гб

Информационное обеспечение

Процесс образовательной деятельности обеспечен электронными обучающими материалами, учебно-методической литературой и материалами по всем модулям образовательной программы.

Информационно-образовательная среда — образовательная платформа “Геткурс”. — обеспечивает возможность осуществлять следующие виды деятельности:

- планирование образовательного процесса;
- размещение и сохранение материалов образовательного процесса, в том числе - работ обучающихся, ответов на домашние задания, выполнение практических заданий, обратная связь от педагогов, используемых участниками образовательного процесса информационных ресурсов;
- фиксацию хода образовательного процесса и результатов освоения дополнительной общеобразовательной программы;
- контролируемый доступ участников образовательного процесса к информационным образовательным ресурсам в сети Интернет;
- проведения мониторинга успеваемости обучающихся.

Кадровое обеспечение

Программа реализуется педагогами дополнительного образования, имеющими высшее образование или среднее профессиональное образование в рамках укрупненных групп специальностей и направлений подготовки высшего образования и специальностей среднего профессионального образования "Образование и педагогические науки" или высшее образование либо среднее профессиональное образование в рамках иных укрупненных групп специальностей и направлений подготовки высшего образования и специальностей среднего профессионального образования при условии его соответствия дополнительной общеразвивающей программе, реализуемой ООО «ПИ АР НЬЮС ПАРТНЕРС», и получение при необходимости после трудоустройства дополнительного профессионального образования педагогической направленности или успешное прохождение промежуточной аттестации не менее чем за два года обучения по образовательным программам высшего образования по специальностям и направлениям подготовки, соответствующим направленности дополнительной общеразвивающей программы, реализуемой ООО «ПИ АР НЬЮС ПАРТНЕРС».

При заключении договора с педагогом дополнительного образования руководитель ООО «ПИ АР НЬЮС ПАРТНЕРС» проводит собеседование в целях определения уровня знаний педагогического работника по теме образовательной программы, а также на определение уровня знаний и навыков работы с техническими устройствами, необходимыми для реализации образовательной программы. Каждые 3 (три) года в отношении педагогических работников руководитель ООО «ПИ АР НЬЮС ПАРТНЕРС» проводит повторную проверку знаний и навыков работы с техническими устройствами и программами, необходимыми для обучения, в форме собеседования.

Все педагогические работники, задействованные в образовательном процессе, регулярно проходят повышение квалификации по теме программы и (или) по направлению педагогической деятельности, а также не имеют ограничений на занятия педагогической деятельностью, установленных законодательством Российской Федерации.

Соотношение объема занятий, проводимых путем непосредственного взаимодействия педагогического работника с обучающимися, подбирается персонально применительно к каждому обучающемуся в зависимости от уровня понимания обучающимся теоретического материала, выполнения практических заданий и успешности прохождения тестов. Педагог проводит

проверку выполнения практических заданий и отвечает на вопросы обучающихся в течение всего периода обучения с 09.00 до 18.00 часов по московскому времени с понедельника по субботу включительно, контроль прохождения тестов автоматизирован на платформе Геткурс. Обучающиеся имеют возможность задавать вопросы и оставлять мнения на платформе Геткурс в ходе прохождения программы. С учетом того, что адресатами программы являются люди, достигшие 18 лет (взрослые) дистанционное обучение и занятия в виде видеолекций с последующим закреплением пройденного материала при выполнении практических заданий представляются оптимально подобранным соотношением.

4. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

№ п/ п	Название раздела	Описание
1.	Вводный урок	В рамках данного модуля обучающиеся узнают организационные вопросы обучения, порядок предоставления результатов выполненных практических заданий.
2	Международные стандарты и практики	В данном разделе обучающиеся узнают о международных стандартах медиаизмерений, разработанных Международной ассоциацией по измерению и оценке коммуникаций (AMEC), включая адаптированные на русский язык версии и практические рекомендации Ассоциации компаний-консультантов по связям с общественностью (АКОС). Особое внимание будет уделено Барселонским принципам, которые устанавливают базовые правила измерения PR-деятельности и подчеркивают необходимость использования как количественных, так и качественных метрик, а также обоснованность отказа от использования AVE (эквивалента рекламной стоимости) как основной метрики. Также слушатели познакомятся с AMEC Integrated Evaluation Framework (Матрицей AMEC) — двухуровневой системой оценки коммуникационной деятельности, охватывающей все этапы кампании: от постановки задач и планирования до анализа результатов и конечного эффекта. Матрица позволяет учитывать жизненный цикл компании или бренда и выделять ключевые показатели эффективности (KPI) на разных стадиях развития. В курсе будет подробно рассмотрен принцип SMART, который помогает формулировать четкие, измеримые, достижимые, актуальные и ограниченные во времени цели После изучения данного раздела обучающимся предстоит выполнить практическое задание
3	Количественные метрики. ПРЕСС-РЕЙТИНГ	В данном разделе обучающиеся узнают о разделении метрик на количественные и качественные, которые позволяют всесторонне оценивать эффективность коммуникаций. Будет рассмотрен пресс-рейтинг — один из ключевых и простых показателей медиаактивности, отражающий количество упоминаний объекта в СМИ и дающий представление об интересе аудитории. Будут озвучены преимущества и ограничения пресс-рейтинга, особенности его

		расчёта как в прошлом, так и с использованием современных систем мониторинга. Практическая часть будет посвящена анализу пресс-рейтинга на примере реальных данных маркетплейсов для формирования выводов и отчетов. После изучения данного раздела обучающимся предстоит выполнить практическое задание
4	SHARE OF VOICE	В данном разделе обучающиеся узнают о термине Share of Voice (SOV), узнают, как он помогает оценить эффективность коммуникаций. Обучающиеся познакомятся с методами расчета SOV и поймут, почему важно анализировать его в сочетании с другими метриками для получения объективной оценки. Практическая часть урока позволит применить знания на примере реальных данных и сделать выводы о результатах коммуникационной активности. После изучения данного раздела обучающимся предстоит выполнить практическое задание
5	Целевые СМИ	В данном разделе обучающиеся узнают о целевых СМИ как приоритетных источниках, через которые достигается коммуникация с нужной аудиторией. Рассмотрят важность формирования медиа карты, ранжирования СМИ по уровню приоритетности. Будет объяснено, как выбор правильных источников помогает оптимизировать бюджет и повысить эффективность коммуникаций. Практическая часть позволит проанализировать распределение СМИ по типам. После изучения данного раздела обучающимся предстоит выполнить практическое задание
6.	Потенциальный охват	В данном разделе обучающиеся узнают о понятии охвата потенциальной аудитории — показателе, который показывает, сколько человек из целевой аудитории могли увидеть информацию в СМИ. Также обучающиеся познакомятся с различными типами СМИ. После изучения данного раздела обучающимся предстоит выполнить практическое задание
7.	Качественные метрики. ХАРАКТЕР ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ	Они познакомятся с разными способами измерения тональности и поймут, как контекст и стиль сообщений влияют на восприятие объекта. Рассмотрят примеры позитивных и негативных информационных поводов, а также понятие информационного риска — сообщений с неоднозначным смыслом. Обучающиеся поймут, как анализ тональности помогает

		выявлять успешные темы и стратегии коммуникаций. После изучения данного раздела обучающимся предстоит выполнить практическое задание
8.	Коммуникативная роль	При изучении данного раздела обучающиеся узнают, какая бывает коммуникативная позиция объекта, научатся определять субъекты коммуникаций. Узнают о различиях коммуникативной роли (главная, второстепенная, эпизодическая роль). После изучения данного раздела обучающимся предстоит выполнить практическое задание
9.	Информационная открытость	В данном разделе обучающиеся узнают, какую роль играет цитирование в публичном выступлении или письменной речи, узнают об отличительных особенностях цитирования и его значении в коммуникации. После изучения данного раздела обучающимся предстоит выполнить практическое задание
10.	Ключевые сообщения	В данном разделе обучающиеся узнают о ключевых сообщениях — основных идеях и тезисах, которые необходимо донести до своей аудитории. Они поймут, как эти сообщения формируют общее представление, оценят важность формирования и распространения ключевых сообщений как элемента позиционирования, научатся выделять ключевые сообщения конкурентов. Также обучающиеся смогут применять эти знания для более эффективного планирования и реализации своих коммуникационных проектов. После изучения данного раздела обучающимся предстоит выполнить практическое задание.
11	MEDIA QUALITY INDEX	В данном разделе обучающиеся узнают о том, как объединить разные показатели медиаприсутствия в один интегральный коэффициент, который позволяет получить общую оценку эффективности информационной деятельности. После изучения данного раздела обучающимся предстоит выполнить практическое задание.
12	Визуализация данных	В рамках данного модуля обучающиеся узнают об этапах работы с данными. Познакомятся с типами диаграмм, изучат базовые шаги визуализации и создания инфографики. После изучения данного раздела обучающимся предстоит выполнить практическое задание.
13	Резюме и выводы – Промежуточная аттестация	В завершение программы обучающимся предстоит выполнить практическое задание, по форме, установленной образовательной программой (Тестирование).

5. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

На образовательной платформе обучающимся предлагаются домашние задания в целях закрепления теоретического материала.

Контроль выполнения заданий осуществляется педагогом дополнительного образования в форме наблюдения и проверки выполненных заданий - текущий контроль. Текущий контроль успеваемости проводится с целью получения оперативной информации о качестве усвоения обучающимися учебного материала, управления учебным процессом и совершенствования методики проведения занятий. Критерии оценивания при проведении текущего контроля успеваемости: правильность ответа по содержанию занятия (учитывается количество и характер ошибок при ответе); рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели).

Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» (ст.75) проведение итоговой аттестации по дополнительным общеобразовательным общеразвивающим программам не предусмотрено.

Промежуточная аттестация проводится как завершающая какой-то этап реализации программы. Промежуточная аттестация проводится по окончании освоения образовательной программы в соответствии с учебным планом программы.

Промежуточная аттестация проводится в виде тестирования. Обучающийся, набравший 70% и более правильных ответов считается успешно прошедшим промежуточную аттестацию.

Проверку осуществляет педагог. Также проводится индивидуальный контроль правильности выполнения практических заданий, предоставление обратной связи по выполненным практическим заданиям, ответы на вопросы обучающихся в отношении пройденного материала.

Лицам, успешно освоившим Программу и прошедшим промежуточную аттестацию, выдается документ по форме, определенной ООО «ПИ АР НЬЮС ПАРТНЕРС», осуществляющим образовательную деятельность – сертификат об успешном освоении программы.

6. ЛИТЕРАТУРА

Литература для обучающихся

1. Борбус О., Крупенина Н. Мемы в PR: откуда берутся и с чем их есть? // https://www.prnews.ru/upload/files/Статья%20Борбус_Крупенина.pdf.
2. Глазова Л. Оценка PR-инструментов B2C-коммуникаций / Л. Глазова // Пресс-Служба. - 2014. - № 11. - С. 63-68. https://www.prnews.ru/upload/files/PS14_11_PRNews.pdf.
3. Глазова Л. Как изменилась оценка эффективности PR за 10 лет // <https://mediabitch.ru/10-years-pr-news/>.
4. Глазова Л. Рекомендации для постановки измеряемых целей в PR // Пресс-Служба. - 2016. - № 7. - С. 6-11. https://www.prnews.ru/upload/files/Методические%20рекомендации%20для%20постановки%20измеряемых%20целей%20в%20PR_final.pdf.
5. Белановский, С. А. Глубокое интервью и фокус-группы : учеб.-метод. пособие / С.А. Белановский. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 377 с. - ISBN 978-5-16-108036-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1044404>.
6. Нестеренко Е. Интегральные показатели: сложности перевода. <https://mediabitch.ru/integral-harry/>.
7. Нестеренко Е. Интегральные показатели в медиааналитике: секреты применения. <https://mediabitch.ru/integral-secrets/>.
8. Шилина М.Г. Барселонские принципы оценки эффективности связей с общественностью в российском контексте // Российская пиарология: тренды и драйверы. – 2021. – с. 6-18. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45790561>.
9. Шишкин Д.П. Савицкая А.С. Оценка эффективностей связей с общественностью // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. - 2016. - № 2. - С. 118-128. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27337774>.
10. Юрасова М.В. Измерение коммуникативного поля успешной организации // Коммуникология. – 2024. - № 2. – С. 111-123. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=67911899>.

Интернет-ресурсы

11. Стандарты оценки и измерений коммуникаций. Краткое руководство по медиаанализу: официальный сайт АКОС. <https://akospr.ru/standarts/ocenka-pr#rec794364900>.

Методическая литература

12. Глазова Л. Зачем пиарщику линейка?: советы по измерению коммуникаций / Л. Глазова. - Москва : Альпина ПРО, 2021. - 166 с.
13. Тульчинский Г.Л. PR ФИРМЫ: ТЕХНОЛОГИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ // Социология, общественное мнение, индустриальная социология, социология предприятия . <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19660862>
14. Райхман Игорь. Практика медиа измерений: аудит, отчетность, оценка эффективности PR / И. Райхман. - Москва : Альпина Паблишер, 2013. - 430 с.

15. Федотова Л.Н. Анализ содержания - социологический метод изучения средств массовой коммуникации: монография / Л.Н. Федотова. - М., 2003. - 214 с. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32849625>.

16. Федотова Л.Н. Эффективность коммуникации в связях с общественностью: учебное пособие / Л.Н. Федотова. - М., 2018. - 340 с. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32849625>.

7. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цель программы: сформировать у обучающихся универсальные знания и практические навыки в области измерения и оценки эффективности коммуникационных процессов, позволяющие создавать адаптированные системы ключевых показателей эффективности для повышения результативности деятельности в различных профессиональных сферах.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

Воспитательные:

- привить умения работы в группе;
- привить нравственное поведение, этику в ближайшем (семейном) окружении;
- воспитать трудолюбие, бережливость, аккуратность, целеустремленность, предприимчивость, ответственность за результаты своей деятельности.

Развивающие:

- формировать у обучающегося культуру общения и поведения в социуме;
- развить интеллектуальные, коммуникативные и организаторские способности обучающихся;
- развить творческую активность через индивидуальное раскрытие способностей каждого обучающегося;
- развить эстетическое восприятие и аналитический подход к решению задач.

Обучающие

- дать знания о принципах измерения коммуникаций;
- научить определять целевую аудиторию;
- выстраивать стратегию коммуникации, в том числе публичных выступлений;
- познакомить с подготовкой ключевых сообщений и их адаптацией под разные каналы коммуникации;
- развить умение анализировать информационное пространство и конкурентную среду;

Календарно-тематическое планирование

№ п/п	Раздел	Всего академ часов	Неделя обучения	Содержание
1	Вводный урок	0,5	1	В рамках данного модуля обучающиеся узнают организационные вопросы обучения, порядок предоставления результатов выполненных практических заданий.
2	Международные стандарты и практики	1,5	1	В данном разделе обучающиеся узнают о международных стандартах медиаизмерений, разработанных Международной ассоциацией по измерению и оценке коммуникаций (AMEC), включая адаптированные на русский язык версии и практические рекомендации Ассоциации компаний-консультантов по связям с общественностью (АКОС). Особое внимание будет уделено Барселонским принципам, которые устанавливают базовые правила измерения PR-деятельности и подчеркивают необходимость использования как количественных, так и качественных метрик, а также обоснованность отказа от использования AVE (эквивалента рекламной стоимости) как основной метрики. Также слушатели познакомятся с AMEC Integrated Evaluation Framework (Матрицей AMEC) — двухуровневой системой оценки коммуникационной деятельности, охватывающей все этапы кампании: от постановки задач и планирования до анализа результатов и конечного эффекта. Матрица позволяет учитывать жизненный цикл компании или бренда и выделять ключевые показатели эффективности (KPI) на разных стадиях развития. В курсе будет подробно рассмотрен принцип SMART, который помогает формулировать четкие, измеримые, достижимые, актуальные и ограниченные во времени цели. После изучения данного раздела обучающимся предстоит выполнить практическое задание
3	Количественные метрики. ПРЕСС-РЕЙТИНГ	1,5	1	В данном разделе обучающиеся узнают о разделении метрик на количественные и качественные, которые позволяют всесторонне оценивать эффективность коммуникаций. Будет рассмотрен пресс-рейтинг — один из ключевых и простых показателей медиаактивности, отражающий количество упоминаний объекта в СМИ и дающий представление об интересе аудитории. Обсудим преимущества и ограничения пресс-рейтинга, особенности его расчета как в прошлом, так и с использованием современных систем мониторинга. Практическая часть будет посвящена анализу пресс-рейтинга на примере реальных данных маркетинговых кампаний для формирования выводов и отчетов. После изучения данного раздела обучающимся предстоит выполнить практическое задание
4	SHARE OF VOICE	1,5	1	В данном разделе обучающиеся узнают о термине Share of Voice (SOV), узнают, как он помогает оценить эффективность коммуникаций. Обучающиеся познакомятся с методами расчета SOV и поймут, почему важно анализировать его в сочетании с другими метриками для получения объективной оценки. Практическая часть урока позволит применить знания на примере реальных данных и сделать выводы о результатах коммуникационной активности.

5	Целевые сми	1,5	1	После изучения данного раздела обучающимися предстоит выполнить практическое задание В данном разделе обучающиеся узнают о целевых СМИ как приоритетных источниках, через которые достигается коммуникация с нужной аудиторией. Рассмотрят важность формирования медиа карты, ранжирования СМИ по уровню приоритетности. Будет объяснено, как выбор правильных источников помогает оптимизировать бюджет и повысить эффективность коммуникаций. Практическая часть позволит проанализировать распределение СМИ по типам.
6	Потенциальный охват	1,5	1	После изучения данного раздела обучающимися предстоит выполнить практическое задание В данном разделе обучающиеся узнают о понятии охвата потенциальной аудитории — показателе, который показывает, сколько человек из целевой аудитории могли увидеть информацию в СМИ.
7	Качественные метрики. ХАРАКТЕР ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ	1,5	2	Также обучающиеся познакомятся с различными типами СМИ. После изучения данного раздела обучающимися предстоит выполнить практическое задание Они познакомятся с разными способами измерения тональности и поймут, как контекст и стиль сообщений влияют на восприятие объекта. Рассмотрят примеры позитивных и негативных информационных поводов, а также понятие информационного риска — сообщений с неоднозначным смыслом. Обучающиеся поймут, как анализ тональности помогает выявлять успешные темы и стратегии коммуникаций.
8	Коммуникативная роль	1,5	2	После изучения данного раздела обучающимися предстоит выполнить практическое задание При изучении данного раздела обучающиеся узнают, какая бывает коммуникативная позиция объекта, научатся определять субъекты коммуникаций. Узнают о различных коммуникативной роли (главная, второстепенная, эпизодическая роль).
9	Информационная открытость	1,5	2	После изучения данного раздела обучающимися предстоит выполнить практическое задание В данном разделе обучающиеся узнают, каким образом играет цитирование в публичном выступлении или письменной речи, узнают об отличительных особенностях цитирования и его значении в коммуникации.
10	Ключевые сообщения	1,5	2	После изучения данного раздела обучающимися предстоит выполнить практическое задание В данном разделе обучающиеся узнают о ключевых сообщениях — основных идеях и тезисах, которые необходимо донести до своей аудитории. Они поймут, как эти сообщения формируют общее представление и научатся создавать уникальные коммуникационные стратегии. Также обучающиеся смогут применить эти знания для более эффективного планирования и реализации своих коммуникационных проектов.
11	MEDIA QUALITY INDEX	1,5	3	После изучения данного раздела обучающимися предстоит выполнить практическое задание. В данном разделе обучающиеся узнают о том, как объединить разные показатели медиаприсутствия в один интегральный коэффициент, который позволяет получить общую оценку эффективности информационной деятельности.
12	Визуализация данных	1,5	3	После изучения данного раздела обучающимися предстоит выполнить практическое задание. В рамках данного модуля обучающиеся узнают об этапах работы с данными. Познакомятся с типами диаграмм, изучат базовые шаги визуализации и создания инфографики.

13	Резюме и выводы – Промежуточная аттестация	1	3	После изучения данного раздела обучающимся предстоит выполнить практическое задание. В завершение программы обучающимся предстоит выполнить практическое задание, по форме, установленной образовательной программой (Тестирование).
----	--	---	---	---