



МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Минтранс России

125 лет



РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТРАНСПОРТА
РУТ (МИИТ)



Транспортный
университет

ПАСПОРТ УЧЕБНОГО ПРОЕКТА

Проектирование PR-кампании с использованием системы RACE *Research (Исследование) Action (Действие) Communication (Коммуникация) Evaluation (Оценка)*

Автор: к.э.н., доцент
кафедра «Экономика
и управление на транспорте»
Терёшина Н.В. ntereshina@gmail.com



Срок достижения продуктового результата:
01.06.2022

**Требования к входным компетенциям
для участия в проекте:**

Студенты 1-го курса направления подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью ,
Профиль Реклама и связи с общественностью в
отрасли.

**Максимальное количество
студентов – участников проекта: 30**

Размер студенческой команды: 7

**Дополнительные условия регистрации на проект:
командное задание «Исследование целевой
аудитории с использованием системы аналитики
SimilarWeb**



ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Модель стратегического планирования RACE активно применяется на практике специалистами в области рекламы и связей с общественностью и включает следующие этапы:

- Research – исследование: анализ и постановка задачи,
- Action – действие: разработка программы,
- Communication – взаимодействие: осуществление программы информационно-коммуникативными и цифровыми средствами,
- Evaluation – оценка: определение результатов и внесение корректировок в проект.

Основной целью исследовательского этапа PR-кампании является определение существующего отношения целевых аудиторий к организации, товару или услуге. После проведенных исследований готовится концепция PR-кампании, определяется технология и перечень ключевых задач, принципы осуществления медиаполитики, формируется дорожная карта проекта.

В данной модели содержится как стратегия решения задач в области связей с общественностью, так и алгоритм этого решения.



ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПРОЕКТА

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОРТРЕТА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ С ЦЕЛЮ ФОРМИРОВАНИЯ PR-СТРАТЕГИИ

ПРОДУКТОВЫЙ:

PR-стратегия объекта

(по выбору: место, деятельность, личность, продукт, инициация)

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ:

Компетенция: способность создать новый конечный результат – проект PR-стратегии.

Знание основ рекламы и связей с общественностью.

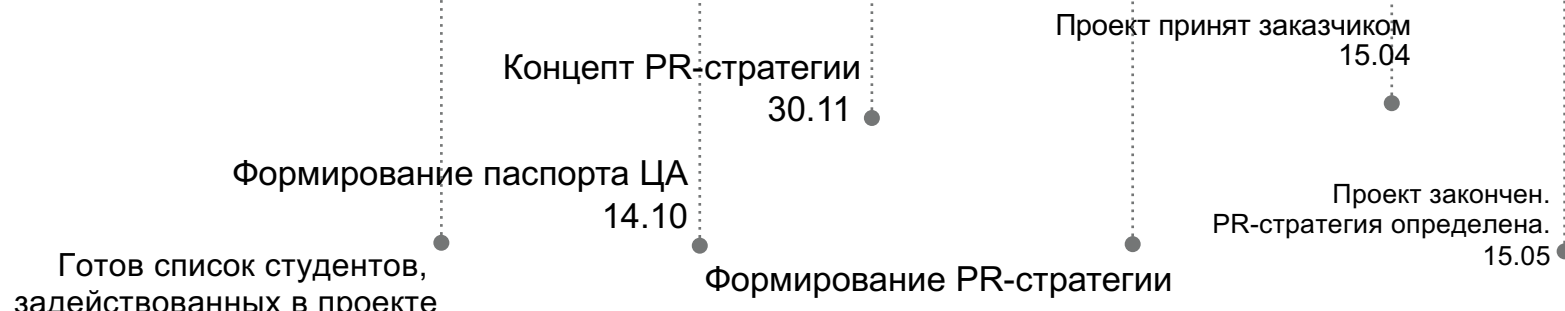
Умение определять портрет целевой аудитории, разрабатывать PR-план, формировать график коммуникационных мероприятий.

Владение навыками выстраивания коммуникаций с целевой аудиторией, презентации проекта с применением технологии RACE.



ГРАФИК РАБОТЫ НАД ПРОДУКТОМ

	Сентябрь-Октябрь			Ноябрь-Декабрь			Февраль-Март			Апрель-Май		
Разработка и защита концепции проекта	Распределение студентов на проект											
	Общая проектная сессия											
Разработка дизайна и документации				Представление и отбор проектных идей								
					Согласование бюджета с заказчиком							
Разработка и испытание прототипа						Построение первой версии модели		Доработка модели				
Прием работ заказчиком											Тестирование модели	Проставление баллов
											Обратная связь, рефлексия со студентами	



ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

Этап 1. «Пошаговое изучение современных методов формирования PR-стратегии»

Задача 1:

1. Характеристика современных методов формирования PR-стратегии.
2. С учетом требований ТЗ выделить ключевые характеристики формирования PR-стратегии.
3. Ресурсы, необходимые для выполнения задачи: ПК с программой MS Office.
4. Срок выполнения: с 01.09 по 22.09
5. Баллы за выполнение задачи (0-15)

Задача 2:

1. Анализ целевой аудитории.
2. С учетом требований ТЗ определить критерии выбора целевой аудитории
3. Ресурсы, необходимые для выполнения задачи: ПК с программой MS Office.
4. Срок выполнения: с 23.09 по 30.09
5. Баллы за выполнение задачи (0-15)

Задача 3:

1. Формирование портрета целевой аудитории.
2. С учетом требований ТЗ сформировать портрет целевой аудитории.
3. Ресурсы, необходимые для выполнения задачи: ПК с программой MS Office.
4. Срок выполнения: с 01.10 по 30.11
5. Баллы за выполнение задачи (0-15)

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

Этап 2. «Принципы выстраивания PR-коммуникаций»

Задача 1:

1. Современные подходы к выстраиванию PR-коммуникаций и выбор объекта стратегии
2. С учетом требований ТЗ выделить ключевые характеристики PR-коммуникаций
3. Ресурсы, необходимые для выполнения задачи: ПК с программой MS Office
4. Срок выполнения: с 07.02 по 28.02
5. Баллы за выполнение задачи (0-15)

Задача 2:

1. Обоснование выбора каналов коммуникации.
2. С учетом требований ТЗ сформировать PR-план в разрезе каналов коммуникаций.
3. Ресурсы, необходимые для выполнения задачи: ПК с программой MS Office
4. Срок выполнения: с 01.03 по 01.04
5. Баллы за выполнение задачи (0-15)

Задача 3:

1. Формирование PR-стратегии на основе технологии проектного менеджмента RACE
2. С учетом требований ТЗ сформировать стратегию в соответствии с технологией RACE Research (Исследование) Action (Действие) Communication (Коммуникация) Evaluation (Оценка)
3. Ресурсы, необходимые для выполнения задачи: ПК с программой MS Office
4. Срок выполнения: с 02.04 по 15.05
5. Баллы за выполнение задачи (0-15)

СВОДНАЯ ТАБЛИЦА БАЛЛОВ

N	ЗАДАЧИ	БАЛЛЫ
	Этап 1. «Изучение современных методов формирования PR-стратегии»	
1.1	Характеристика современных методов формирования PR-стратегии.	0 – 15
1.2	Анализ целевой аудитории.	0 – 15
1.3	Формирование портрета целевой аудитории.	0 – 15
	Этап 2. «Принципы выстраивания PR-коммуникаций»	
2.1	Современные подходы к выстраиванию PR-коммуникаций и выбор объекта стратегии.	0 – 15
2.2	Обоснование выбора каналов коммуникации.	0 – 15
2.3	Формирование PR-стратегии на основе технологии проектного менеджмента RACE	0 – 15
	ЗАЩИТА ПРОЕКТА	0 – 10
	Дополнительные баллы (резерв)	

ГРАФИК ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Требуется результат освоения других дисциплин:	Сентябрь-Октябрь				Ноябрь-Декабрь				Февраль-Март				Апрель-Май			
Техники публичного выступления																
Мастер класс «Современное проектирование PR-коммуникаций»																
Основы бренд-менеджмента																

Современное проектирование RACE 01.03

Основы PR-коммуникаций
15.11

Отчет по проекту
15.05

РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЕКТА

Для получения итогового продукта
необходимо:

Оборудование
ПК с доступом в Интернет, принтеры,
проекторная техника



Иллюстрации и комментарии к проекту

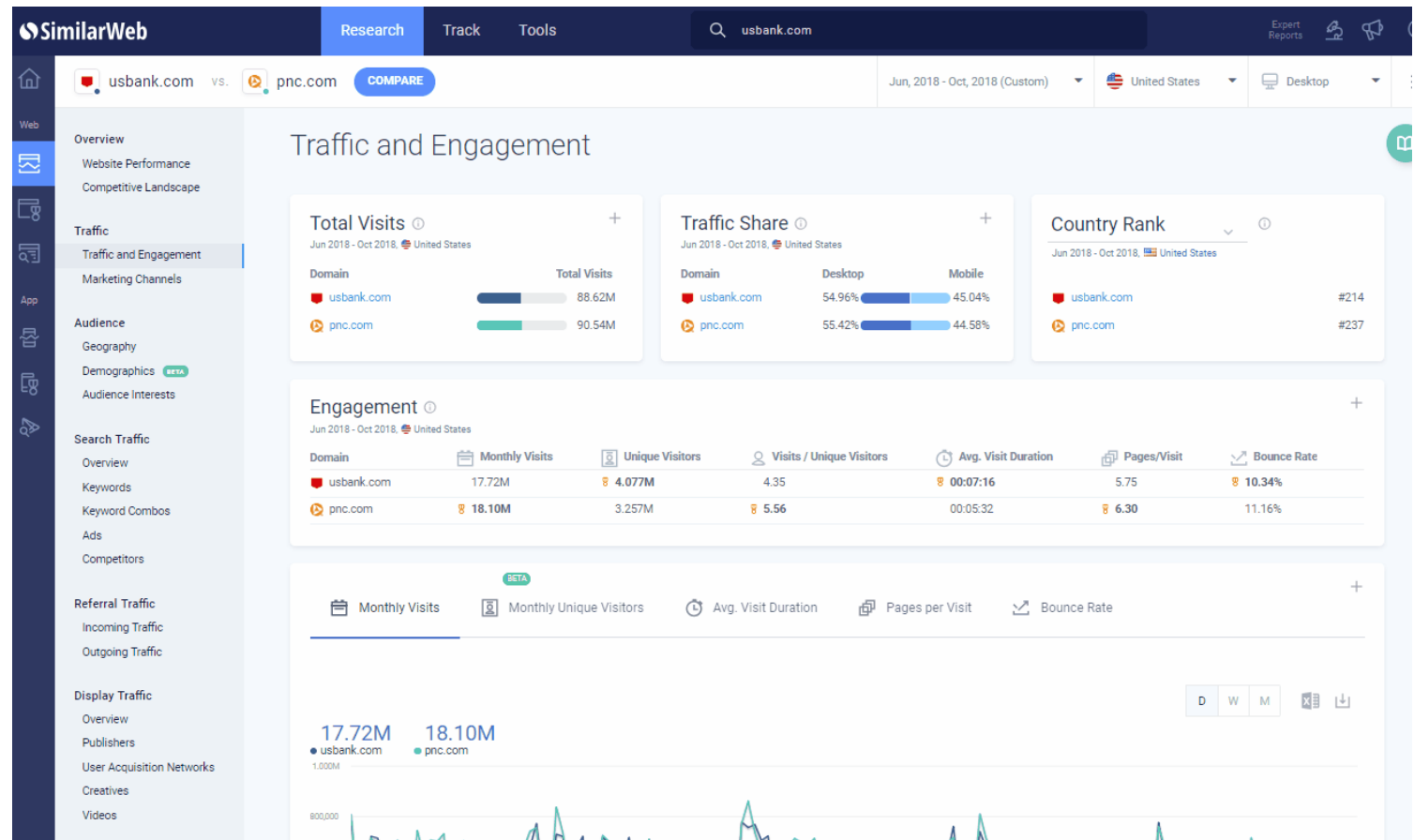


Входной ассесмент проекта: выполнение задания «Анализ трафика сайта на основе открытых источников».

Для выполнения задания необходим навык пользования сервисом Similarweb на английском языке.

Данный сервис осуществляет сбор, измерения, анализ и предоставление данных о поведенческих моделях, статистики вовлеченности пользователей веб-сайтов в разрезах:

- Посещаемость сайта.
- Средняя длительность сеансов.
- Глубина просмотра.
- Процент отказов.
- Каналы, привлекающие трафик.
- Реферальные ссылки.
- Топ-5 поисковых фраз
- Данные по социальным сетям.
- Данные по медийной рекламе и так далее.





МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Минтранс России

125 лет



РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТРАНСПОРТА
РУТ (МИИТ)



Транспортный
университет

Спасибо за внимание!

Автор: к.э.н., доцент
кафедра «Экономика
и управление на транспорте»
Терёшина Н.В.
ntereshina@gmail.com

