

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Таргетинг и оценка эффективности информационной кампании

1. Цель освоения дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

Дисциплина направлена на формирование у студента (магистранта) компетенций:

ПК-4. Способен проводить кадровую политику, управлять кадрами государственной и муниципальной службы в различных сферах государственного и муниципального управления, распределять функции, полномочия и ответственность между исполнителями на основе использования современных технологий управления персоналом.

МПК-9. Способен осуществлять клиентоцентричные государственные коммуникации, систематизировать и структурировать информацию, работать с различными источниками информации, анализировать и обобщать информацию на стадии принятия и реализации управленческих решений, формировать проектные команды, определять требования к ресурсам для различных проектов, обеспечивать организацию выполнения мероприятий и достижения успешного результата.

МПК-16. Способен создавать и управлять коммуникационной командой, использовать технологии таргетинга и методы оценки эффективности информационной кампании.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Таргетинг и оценка эффективности информационной кампании» относится к дисциплинам по выбору вариативной части основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры «Искусственный интеллект и цифровые коммуникации в государственном администрировании» по направлению подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление» (ОС МГУ 3++). Период – **4 семестр обучения.**

3. Объем дисциплины составляет:

Объем дисциплины – 3 з.е. / 108 часов, из которых 40 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (8 часов – занятия лекционного типа, 32 часа – практические занятия), 68 часов – самостоятельная работа обучающегося (в т.ч. 24 – на подготовку к экзамену).

Вид промежуточной аттестации – **экзамен.**

4. Краткое содержание дисциплины (темы/учебные вопросы):

1. Анализ целевой аудитории. **2.** Разработка стратегии таргетинга. **3.** Создание целевого контента. **4.** Планирование и запуск информационной кампании. **5.** Мониторинг и анализ результатов. **6.** Оценка ROI (возврата инвестиций). **7.** Оптимизация кампании на основе данных. **8.** Управление репутацией и брендом в информационных кампаниях.

5. Преподаватель дисциплины:

Цепелев Андрей Юрьевич, кандидат социологических наук, доцент,
доцент Высшей школы государственного администрирования МГУ имени М.В. Ломоносова.