

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.03.2025 19:51:04
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf57e039d98ec1c50b215eb089c29ab1cd7143983447



Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

УТВЕРЖДЕНО:
Декан факультета журналистики
/Ю.В. Шуйская/
«10» июня 2024 г.

Рабочая программа дисциплины
Медиапланирование

Укрупненная группа специальностей
42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Направление подготовки 42.03.02 Журналистика
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль):
«Теле- и интернет-журналистика»

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Москва

Рабочая программа учебной дисциплины «Медиапланирование». Направление подготовки / специальность 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата). Направленность / профиль «Теле- и интернет-журналистика» / сост. Смекалина К.С. — М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». — 23 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 524 (редакция с изменениями № 1456 от 26.11.2020 и 08.02.2021) и Профессиональных стандартов «Корреспондент средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 мая 2014 г. № 339н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 5 июня 2014 г., регистрационный № 32589), «Редактор средств массовой информации» от «04» августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации «28» августа 2014 г., регистрационный № 33899), «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации» (зарегистрирован приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28 октября 2014 г. № 811н, регистрационный № 34949), «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973).

Разработчик:

Смекалина К.С.

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук Грабельников А.А.

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «10» июня 2024 г., протокол № 1.

Заведующий кафедрой _____ /д.ф.н. Ю.В. Шуйская/
(подпись)

Согласовано от Библиотеки _____ /О.Е. Стёпкина/
(подпись)

Раздел 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины — изучение содержания коммуникативного процесса, теорий и моделей коммуникации, видов массовой коммуникации. В ходе освоения курса рассматриваются актуальные вопросы информационного общества. Курс выстроен так, чтобы сформировать у обучающихся теоретическую базу и выработать умение применять полученные знания в решении прикладных задач.

Задачи освоения дисциплины:

- 1) планирования коммуникативного процесса;
- 2) умения взаимодействовать с различными типами СМИ;
- 3) умения разрабатывать и внедрять рекламные кампании.

Раздел 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-2	Получение информации для подготовки материала	ИПК-2.1. Знать корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ ИПК-2.2. Уметь планировать освещение значимых событий ИПК-2.3. Владеть навыками выделения ключевых моментов в исходном материале для последующего использования в новом продукте
ПК-14	Способен организовывать обеспечение продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета	ИПК-14.1. Знать принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм ИПК-14.2. Уметь определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты ИПК-14.3. Владеть навыками ведения переписки, телефонных и личных переговоров

Раздел 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы бакалавриата

Дисциплина «Медиапланирование» изучается группой очной формы обучения в 8 семестре, очно-заочной и заочной форм — в 9 семестре, входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е.

Раздел 4. Объем (трудоемкость) дисциплины (общая, по всем видам учебной работы, видам промежуточной аттестации)

Трудоемкость дисциплины и виды учебной нагрузки

на очной форме обучения

Семестр 8										
з.е.	Ито го	Ле кц ии	Ла- бо- ра- тор- ные заня- тия	Прак- тиче- ские заня- тия	Се- ми- нары	Курсо- вое проек- тирова- ние	Само- стоя- тельная работа под ру- ковод- ством препо- дава- теля	Само- стоя- тельная работа	Теку- щий кон- троль	Контроль, промежу- точная ат- тестация
4	144	12		36				60		36 Экзамен

на очно-заочной форме обучения

Семестр 9										
з.е.	Ито го	Ле кц ии	Ла- бо- ра- тор- ные заня- тия	Прак- тиче- ские заня- тия	Се- ми- нары	Курсо- вое проек- тирова- ние	Само- стоя- тельная работа под ру- ковод- ством препо- дава- теля	Само- стоя- тельная работа	Теку- щий кон- троль	Контроль, промежу- точная ат- тестация
4	144	4		8				96		36 Экзамен

на заочной форме обучения

Семестр 9										
з.е.	Ито го	Ле кц ии	Ла- бо- ра- тор- ные заня- тия	Прак- тиче- ские заня- тия	Се- ми- нары	Курсо- вое проек- тирова- ние	Само- стоя- тельная работа под ру- ковод- ством препо- дава- теля	Само- стоя- тельная работа	Теку- щий кон- троль	Контроль, промежу- точная ат- тестация
4	144	4		8				96		36 Экзамен

Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Разделы / темы	Лекции	Лабо- ратор- ные за- нятия	Прак- тиче- ские зая- тия	Семи- нары	Самосто- ятельная работа	Теку- щий кон- троль	Кон- троль, проме- жу- точная атте- стация	Все го часов
8 семестр								
Тема 1. Поня- тие социаль- ной коммуни- кации и мас- совой комму- никации.	1		3		5			9
Тема 2. Ин- формация как главная со- ставляющая коммуника- ции.	1		3		5			9
Тема 3. Тео- рии модели коммуника- ции.	1		3		5			9
Тема 4. Виды массовой коммуника- ции.	1		3		5			9
Тема 5. Си- стема средств массовой коммуника- ции.	1		3		5			9
Тема 6. Ин- формацион- ные каналы и особенности развития средств мас- совой комму- никации в со- временных условиях.	1		3		5			9
Тема 7. Ре- клама в обла- сти массме- диа.	1		3		5			9
Тема 8. Ос- новные поня- тия и этапы	1		3		5			9

медиапланирования.								
Тема 9. Использование основных медиаканалов рекламы.	1		3		5			9
Тема 10. Стратегия и тактика медиапланирования.	1		3		5			9
Тема 11. Оценка и контроль эффективности медиаплана.	1		3		5			9
Тема 12. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана	1		3		5			9
Зачет							36	36
Всего часов	12		36		60		36	144

Очно-заочная форма обучения

Разделы / темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
9 семестр								
Тема 1. Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации.	1				8			9
Тема 2. Информация как главная составляющая коммуникации.	1				8			9
Тема 3. Теории модели	1				8			9

коммуникации.								
Тема 4. Виды массовой коммуникации.	1				8			9
Тема 5. Система средств массовой коммуникации.			1		8			9
Тема 6. Информационные каналы и особенности развития средств массовой коммуникации в современных условиях.			1		8			9
Тема 7. Реклама в области массмедиа.			1		8			9
Тема 8. Основные понятия и этапы медиапланирования.			1		8			9
Тема 9. Использование основных медиаканалов рекламы.			1		8			9
Тема 10. Стратегия и тактика медиапланирования.			1		8			9
Тема 11. Оценка и контроль эффективности медиаплана.			1		8			9
Тема 12. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана			1		8			9
Зачет							36	36

Всего часов	4		8		96		36	144
-------------	---	--	---	--	----	--	----	-----

Заочная форма обучения

Разделы / темы	Лекции	Лабо- ратор- ные за- нятия	Прак- тиче- ские за- нятия	Семи- нары	Самосто- ятельная работа	Теку- щий кон- троль	Кон- троль, проме- жу- точная атте- стация	Все го часов
9 семестр								
Тема 1. Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации.	1				8			9
Тема 2. Информация как главная составляющая коммуникации.	1				8			9
Тема 3. Теории модели коммуникации.	1				8			9
Тема 4. Виды массовой коммуникации.	1				8			9
Тема 5. Система средств массовой коммуникации.			1		8			9
Тема 6. Информационные каналы и особенности развития средств массовой коммуникации в современных условиях.			1		8			9
Тема 7. Реклама в области массмедиа.			1		8			9

Тема 8. Основные понятия и этапы медиапланирования.			1		8			9
Тема 9. Использование основных медиаканалов рекламы.			1		8			9
Тема 10. Стратегия и тактика медиапланирования.			1		8			9
Тема 11. Оценка и контроль эффективности медиаплана.			1		8			9
Тема 12. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана			1		8			9
Зачет							36	36
Всего часов	4		8		96		36	144

Структура и содержание дисциплины

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
Тема 1. Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации	Процесс коммуникации и его составляющие. Определения социальной коммуникации и массовой коммуникации. Основные функции социальной коммуникации. Виды социальной коммуникации. Содержание процесса коммуникации его этапы. Акт коммуникации. Коммуникативное пространство. Коммуникативный дискурс. Текст. Условия появления массовой коммуникации и ее функции. Значение массовой коммуникации в современной жизни. Теория массовой коммуникации и ее связь с другими науками.
Тема 2. Информация как главная составляющая коммуникации	Информация как главная составляющая коммуникации. Виды информации. Теория информации. Жизненный цикл информации. Информационная деятельность. Массовая информация, информационные ресурсы и их классификация. Бизнес-информация и информационный маркетинг. Типы маркетинговой информации и ее функции. Типы бизнес-информации.
Тема 3. Теории модели коммуникации	Обзор теорий коммуникаций. Концепции массовой коммуникации зарубежных исследователей. Функционалистическое

	направление (У. Шрамм, Г. Лассуэл, П. Лазаревфельд). Социокультурное направление (М. Маклюэн, Т. Адорно, Т. Бодрийар, Р. Барт, Г. Маркузе). Отечественная коммуникативистика. Обзор существующих моделей коммуникации. Теория массовой коммуникации в работах Ю. Лотмана, Р. Якобсона, П. Флоренского, М. Бахтина, В. Вернадского и др.
Тема 4. Виды массовой коммуникации	Виды массовой коммуникации. Понятие вербальной коммуникации и ее формы. Теория имиджа. Теория игр. Мифологическая коммуникация. Художественная коммуникация.
Тема 5. Система средств массовой коммуникации	Специфика средств массовой коммуникации. Информационные, рекламные и PR-агентства в системе СМК. Политический, правовой, экономический, социологический и культурный аспекты изучения средств массовой коммуникации.
Тема 6. Информационные каналы и особенности развития средств массовой коммуникации в современных условиях	Оценка эффективности средств массовой коммуникации. Пути развития средств массовой коммуникации. Глобализация средств массовой коммуникации. Информационная политика государства. Новые информационные технологии
Тема 7. Реклама в области массмедиа	Специфика средств массовой информации и их аудитории. Формирование системы средств массовой информации. Понятие рекламной коммуникации, ее цели и основные составляющие. Эффективность рекламной коммуникации. Реклама в сфере массмедиа. Реклама в прессе. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Реклама в Интернете.
Тема 8. Основные понятия и этапы медиапланирования	Понятие медиапланирования, медиаканал и медианоситель. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании. Цели и задачи медиапланирования. Этапы медиапланирования, охват аудитории и количество рекламных контактов. Показатели, которые используются для оценки концепции медиапланирования.
Тема 9. Использование основных медиаканалов рекламы	Основные средства распространения рекламы. Критерии анализа и выбора средств распространения рекламы. Особенности рекламы в различных СМИ, их достоинства и недостатки как рекламоносителей. Категории печатных периодических изданий, теле- и радиопрограмм.
Тема 10. Стратегия и тактика медиапланирования	Принципы определения рекламного бюджета. Распределение рекламного бюджета в прессе и между носителями рекламы. Определение основных и вспомогательных средств рекламы.
Тема 11. Оценка и контроль эффективности медиаплана	Создание медиаплана для рекламной кампании. Медиа-бриф.
Тема 12. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана	Подходы при медиапланировании. Методика исследований эффективности медиаплана и мероприятия по контролю эффективности его исполнения

Занятия семинарского типа

(Практические занятия, Семинарские занятия, Лабораторные занятия)

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка

к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Тема № 1. Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации

- 1) Диалоги в парах - различные виды коммуникации
- 2) Сравнительный анализ видов коммуникаций

Тема № 2. Информация как главная составляющая коммуникации

- 1) Свободная дискуссия о природе информации
- 2) Круглый стол на тему «Влияние информации на сознание современного человека»
- 3) Эссе на тему «Роль информации в коммуникации»

Тема № 3. Теории модели коммуникации

- 1) Обсуждение различных моделей коммуникации
- 2) Доклады по моделям коммуникаций

Тема № 4. Виды массовой коммуникации

- 1) Обсуждение различных видов коммуникации
- 2) Проектная работа по видам коммуникации

Тема № 5. Система средств массовой коммуникации

- 1) Обсуждение различных средств коммуникации
- 2) Дискуссия на тему «Различие средств массовой коммуникации от средств массовой информации»

Тема № 6. Информационные каналы и особенности развития средств массовой коммуникации в современных условиях

- 1) Обсуждение различных информационных каналов коммуникации.
- 2) Эссе «Влияние цифровизации на развитие СМК»

Тема № 7. Реклама в области масс-медиа

- 1) Обсуждение рекламных роликов в области масс-медиа (по выбору обучающихся)
- 2) Доклады по видам рекламы в области масс-медиа

Тема № 8. Основные понятия и этапы медиапланирования

- 1) Кейс-игра «Создание медиаплана»
- 2) Кейс-игра «Собери этапы медиаплана»

Тема № 9. Использование основных медиаканалов рекламы

- 1) Доклады по медиаканалам рекламы
- 2) Создание плана по использованию медиаканалов рекламы

Тема № 10. Стратегия и тактика медиапланирования

- 1) Анализ разных видов стратегий медиапланирования
- 2) Создание собственной стратегии для медиаплана

Тема № 11. Оценка и контроль эффективности медиаплана

- 1) Запуск в работу собственного медиаплана
- 2) Разбор результатов эффективности медиапланов известных компаний
- 3) Квест-игра «Медиаплан «от обратного»

Тема № 12. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана

- 1) Разбор конкретных примеров средств массовой информации (по выбору обучающихся)

Раздел 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наряду с чтением лекций и проведением занятия семинарского типа неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы. Формы самостоятельной работы могут быть разнообразными. Самостоятельная работа обучающихся включает в себя: изучение основных и дополнительных литературных источников, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование, написание эссе.

Самостоятельная работа

Наименование разделов / тем	Виды занятий для самостоятельной работы
Тема 1. Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации	Усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции. Выполнение устных упражнений. Выполнение письменных упражнений и практических работ. Подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий. Выполнение творческих работ.
Тема 2. Информация как главная составляющая коммуникации	
Тема 3. Теории модели коммуникации	
Тема 4. Виды массовой коммуникации	
Тема 5. Система средств массовой коммуникации	
Тема 6. Информационные каналы и особенности развития средств массовой коммуникации в современных условиях	
Тема 7. Реклама в области массмедиа	
Тема 8. Основные понятия и этапы медиапланирования	
Тема 9. Использование основных медиаканалов рекламы	
Тема 10. Стратегия и тактика медиапланирования	
Тема 11. Оценка и контроль эффективности медиаплана	

Наименование разделов / тем	Виды занятий для самостоятельной работы
Тема 12. Основные характеристики, сроки и структура медиа-плана	

5.1. Темы эссе¹

1. История возникновения и развития медиапланирования.
2. Определение понятия «медиапланирование», его цели и задачи.
3. Современные программные продукты, используемые в медиапланировании.
4. Методы исследования аудитории прессы, телевидения, радио.
5. Характеристика основных субъектов рынка рекламы в СМИ.
6. Восприятие рекламы в различных СМИ, факторы выбора средств рекламы.
7. Характеристики, преимущества и недостатки телевидения, радио, прессы, наружной рекламы, рекламы на / в транспорте и др.
8. Принципы отбора медианосителей.
9. Основные этапы медиапланирования.
10. Этап медиапланирования: Анализ рекламно-маркетинговой ситуации. Составление медиабрифа. Анализ текущего положения бренда.
11. Разработка медиастратегии рекламной кампании.
12. Тактическое медиапланирование и его этапы.
13. Медиаисследования и их роль в медиапланировании.
14. Основные параметры медиапланирования.
15. Понятие рейтинга, его расчет, факторы, влияющие на его величину.
16. Бюджет рекламной кампании и его влияние на медиапланирование.
17. Ценообразование, тарифы и скидки на размещение рекламных материалов.
18. Медиамикс как основа эффективного планирования масштабной рекламной кампании.
19. Печатные СМИ в медиапланировании.
20. Онлайн-издания в медиапланировании
21. Медиапланирование в интернете. Достоинства и недостатки, виды интернет-рекламы, стоимость электронной рекламы.
22. Специфика медиапланирования в Интернете.
23. Особенности медиапланирования на радио.
24. Телевидение: особенности использования в медиапланировании.
25. Специфика медиапланирования на телевидении.
26. Место рекламы на ТВ и ее эффективность: в программе, вне программы, в специальном блоке, очередность показа, соседство в рекламном блоке.
27. Особенности медиапланирования в наружной рекламе.
28. Понятие медиабайинга и медиаселлинга.

¹ Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

5.2. Примерные задания для самостоятельной работы

1. Разработать медиаплан используя только печатные средства массовой информации. Отразить все этапы медиапланирования. Компания и продукт представляется преподавателем.
2. Разработать медиаплан используя только телевидение. Отразить все этапы медиапланирования. Компания и продукт представляется преподавателем.
3. Разработать медиаплан используя только радио. Отразить все этапы медиапланирования. Компания и продукт представляется преподавателем.
4. Разработать медиаплан используя только Интернет. Отразить все этапы медиапланирования. Компания и продукт представляется преподавателем.
5. Разработать медиаплан используя только наружные рекламные носители. Отразить все этапы медиапланирования. Компания и продукт представляется преподавателем.
6. Разработка медиаплана и презентация его. Обсчет его эффективности. Компания и продукт по выбору обучающегося.

Раздел 6. Оценочные и методические материалы по образовательной программе (фонд оценочных средств) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

6.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

В процессе освоения учебной дисциплины для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице.

Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой	Типовые вопросы и задания	Примеры тестовых заданий
ПК-2 Получение информации для подготовки материала		
ИПК-2.1. Знать корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-2.2. Уметь планировать освещение значимых событий	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-2.3. Владеть навыками выделения ключевых моментов в исходном материале для последующего использования в новом продукте	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ПК-14. Способен организовывать обеспечение продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета		
ИПК-14.1. Знать принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

ИПК-14.2. Уметь определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-14.3. Владеть навыками ведения переписки, телефонных и личных переговоров	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

6.2. Типовые вопросы и задания

Перечень вопросов

1. Поясните, что такое социальная и массовая коммуникация
2. Укажите основные функции социальной коммуникации
3. В чем заключается суть процесса коммуникации?
4. Функции массовой коммуникации и ее значение
5. Связь теории массовой коммуникации с другими науками
6. Жизненный цикл информации
7. Виды информации
8. Концепции массовой коммуникации
9. Модели коммуникации в отечественной науке
10. Особенности вербальной коммуникации
11. Особенности невербальной коммуникации
12. Речь как средство коммуникации
13. Информационные агентства в системе СМК
14. Рекламные агентства в системе СМК
15. PR-агентства в системе СМК
16. Методология оценки эффективности средств массовой коммуникации
17. Новейшие информационные технологии
18. Рекламная коммуникация и ее цели
19. Оценка эффективности рекламной коммуникации
20. Реклама в печатных периодических изданиях
21. Реклама на радио
22. Реклама на телевидении
23. Реклама в Интернете
24. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании
25. Этапы медиапланирования
26. Средства распространения рекламы
27. Специфика рекламы в различных СМИ
28. Определение рекламного бюджета
29. Разработка медиаплана
30. Исследование эффективности медиаплана

6.3. Примерные тестовые задания

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находится в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий, из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

Компетенции	Типовые вопросы и задания
ПК-2	1. Что такое экспертные методы анализа? a. это методы сбора информации, включающие в себя интервью, опрос, эксперимент и анкетирование; b. комплекс методов исследования параметров исследуемого объекта, основанный на принципах организации коллективной мыследеятельности с использованием технологии экспертного опроса; c. оценка самого журналиста какой-то ситуации. 2. Что не входит в этапы реализации нового продукта? a. тестирование; b. бизнес-анализ; c. чтение литературы по созданию нового продукта. 3. Что входит в эффективный менеджмент? a. экономический эффект; b. социально-экономический эффект; c. социальный эффект; d. всё вышеперечисленное.
ПК-14	1. Какой из указанных терминов относится к стоимостным характеристикам медиаплана? a. Reach; b. CPP; c. GRP; d. Frequency 2. Задачи медиапланирования: a. Получить наибольший эффект на фиксированном бюджете. b. Получить максимальную прибыль от рекламы. c. Потратить на конкретный эффект как можно меньше денег 3. Необходимо спланировать рекламную кампанию, набирающую 1000 TRP. Какие значения средней частоты Frequency при этом могут быть достигнуты (отметить все подходящие варианты) a. 8 b. 11 c. 14,5 d. 3

6.4. Оценочные шкалы

6.4.1. Оценивание результатов текущего контроля

Целью проведения текущего контроля является достижение уровня результатов обучения в соответствии с индикаторами компетенций.

Текущий контроль может представлять собой письменные индивидуальные задания, состоящие из 5/3 вопросов или в форме тестовых заданий по изученным темам до проведения промежуточной аттестации. Рекомендованный планируемый период проведения текущего контроля — за 6/3 недели до промежуточной аттестации.

Шкала оценивания при тестировании

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-70%

Шкала оценивания при письменной работе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: – продемонстрировать общее знание изучаемого материала; – показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; – уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; – знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: – незнание значительной части программного материала; – не владение понятийным аппаратом дисциплины; – существенные ошибки при изложении учебного материала; – неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; – неумение делать выводы по излагаемому материалу.

6.4.2. Оценивание самостоятельной письменной работы

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления.
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

Шкала оценивания самостоятельной письменной работы

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: – продемонстрировать общее знание изучаемого материала; – показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; – уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;

	– знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: – незнание значительной части программного материала; – не владение понятийным аппаратом дисциплины; – существенные ошибки при изложении учебного материала; – неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; – неумение делать выводы по излагаемому материалу.

Шкала оценивания на зачете

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: – уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; – продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; – продемонстрировать знание основных теоретических понятий; – правильно формулировать определения; – последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; – продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; – уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: – незнание значительной части программного материала; – не владение понятийным аппаратом дисциплины; – существенные ошибки при изложении учебного материала; – неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; – неумение делать выводы по излагаемому материалу.

6.4.3. Тестирование

Шкала оценивания

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

6.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания сформированных компетенций в соответствии с ООП

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки можно трактовать как автоматизированные умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимися практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д.

Устный опрос — это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала. Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм контроля, таких как: собеседование, коллоквиум, зачет, экзамен по дисциплине. Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Воспитательная функция УО имеет ряд важных аспектов: профессионально-этический и нравственный аспекты, дидактический (систематизация материала при ответе, лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованные собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов (один или несколько правильных ответов).

Семинарские занятия. Основное назначение семинарских занятий по дисциплине — обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний, умений, определяет уровень сформированности компетенций.

Коллоквиум может служить формой не только проверки, но и повышения производительности труда студентов. На коллоквиумах обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий, а также рефераты, проекты и иные работы обучающихся.

Доклад, сообщение — продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Контрольная работа — средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Профессионально-ориентированное эссе — это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной профессионально-ориентированной проблеме.

Реферат — продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Ситуационный анализ (кейс) — это комплексный анализ ситуации, имевший место в реальной практике профессиональной деятельности специалистов. Комплексный анализ включает в себя следующие составляющие: причинно-следственный анализ (установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее разворачивания), системный анализ (определение сущностных предметно-содержательных характеристик, структуры ситуации, ее функций и др.), ценностно-мотивационный анализ (построение системы оценок ситуации, ее составляющих, выявление мотивов, установок, позиций действующих лиц); прогностический анализ (разработка перспектив развития событий по позитивному и негативному сценарию), рекомендательный анализ (выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации), программно-целевой анализ (разработка программ деятельности для разрешения данной ситуации).

Творческое задание — это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных научных областей, аргументировать собственную точку зрения, доказывать правильность своей позиции. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Раздел 7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной

лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету, экзамену. К зачету, экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

7.1. Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе (от французского *essai* — опыт, набросок) — жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнuto индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме. Главными особенностями эссе являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники международного права, авторитетные точки зрения и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения — научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

7.2. Методические рекомендации по использованию кейсов

Кейс-метод (Casestudy) — метод анализа реальной международной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

7.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач

Компетентностно-ориентированное задание — это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ проектов международных документов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешнеполитической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т. п.);
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например, формулирование целей миссии и т.п.).

Раздел 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / Бузин В.Н., Бузина Т.С.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 492 с. — ISBN 978-5-238-01769-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81796.html>

Дополнительная литература

Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н.. — Москва : Дашков и К, 2018. — 486 с. — ISBN 978-5-394-01185-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85187.html>

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС IPRsmart <http://www.iprbookshop.ru>

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. — Б.г. — Доступ к данным: открытый. — Режим доступа: <http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. — Б.г. — Доступ к данным: Открытый. — Режим доступа : <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus : бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. — Б.г. — Доступ к данным: открытый. — Режим доступа: <http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. — Б.г. — Доступ к данным: открытый. — Режим доступа : <http://www.iqlib.ru/>

Комплект лицензионного программного обеспечения

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» — договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENCE INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

Свободно распространяемое программное обеспечение

Комплект онлайн сервисов GNU Image Manipulation Program, свободно распространяемое программное обеспечение

Программное обеспечение отечественного производства:

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENCE INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

Раздел 9. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

Для изучения учебной дисциплины в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональ-

ный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся:

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся:

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 11 шт.

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся:

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 10 шт.