

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 06.03.2026 19:17:46
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf706379d98ec1c5bb2f5eb89c29abfed7543985447



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

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ, ТЕЛЕВИДЕНИЯ И МЕДИА-КОММУНИКАЦИЙ

УТВЕРЖДАЮ

И. О. директора международного
института журналистики,
телевидения и медиакommunikаций

Ю.В. Шуйская

«23» декабря 2025 года

Рабочая программа дисциплины

Медиапланирование

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриата)

Направленность/профиль:
«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Москва

Рабочая программа учебной дисциплины «Медиапланирование». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. Смекалина К. С. – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 21 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

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 связей с общественностью и медиабизнеса «23» декабря 2025 г., протокол № 3.

Заведующий кафедрой _____ /Д.Ю. Мартынкина /
(подпись)

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

Раздел 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины является 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**:

- планирования коммуникативного процесса;
- умения взаимодействовать с различными типами СМИ;
- 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
УК- 9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-9.1. Знает основы экономических теорий, базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике ИУК-9.2. Умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; умеет пользоваться основными расчетными инструментами (наличные, безналичные, электронные денежные средства), предотвращать возможное мошенничество; умеет выбирать инструменты управления личными финансами для достижения поставленных финансовых целей, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности ИУК-9.3. Владеет опытом практических действий в сфере применения основных принципов экономического анализа для принятия решений ; владеет методами личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей

Раздел 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы бакалавриата

Дисциплина «Медиапланирование» изучается очной группой в 8 семестре, заочной группой — в 9 семестре, входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, блока 1 «Дисциплины (модули)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 з.е.

Раздел 4. Объем (трудоемкость) дисциплины (общая, по 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
5	180	24		36				84		36 Экзамен

на очно-заочной 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
5	180	4		8				132		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
5	180	8		8				128		36 Экзамен

Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
8 семестр								
Тема 1. Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации.	2		3		7			12
Тема 2. Информация как главная составляющая коммуникации.	2		3		7			12
Тема 3. Теории модели коммуникации.	2		3		7			12
Тема 4. Виды массовой коммуникации.	2		3		7			12
Тема 5. Система средств массовой коммуникации.	2		3		7			12
Тема 6. Информационные каналы и особенности развития средств массовой коммуникации в современных условиях.	2		3		7			12
Тема 7. Реклама в области массмедиа.	2		3		7			12

Тема 8. Основные понятия и этапы медиапланирования.	2		3		7			12
Тема 9. Использование основных медиаканалов рекламы.	2		3		7			12
Тема 10. Стратегия и тактика медиапланирования.	2		3		7			12
Тема 11. Оценка и контроль эффективности медиаплана.	2		3		7			12
Тема 12. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана	2		3		7			12
Контроль							36	36
Всего часов	24		36		84		36	180

Очно-заочная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
8 семестр								
Тема 1. Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации.	1				11			12
Тема 2. Информация как главная составляющая коммуникации.	1				11			12

Тема 3. Теории модели коммуникации.	1				11			12
Тема 4. Виды массовой коммуникации.	1				11			12
Тема 5. Система средств массовой коммуникации.			1		11			12
Тема 6. Информационные каналы и особенности развития средств массовой коммуникации в современных условиях.			1		11			12
Тема 7. Реклама в области массмедиа.			1		11			12
Тема 8. Основные понятия и этапы медиапланирования.			1		11			12
Тема 9. Использование основных медиаканалов рекламы.			1		11			12
Тема 10. Стратегия и тактика медиапланирования.			1		11			12
Тема 11. Оценка и контроль эффективности медиаплана.			1		11			12
Тема 12. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана			1		11			12

Контроль							36	36
Всего часов	4		8		132		36	180

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				10			11
Тема 2. Информация как главная составляющая коммуникации.	1				10			11
Тема 3. Теории модели коммуникации.	1				10			11
Тема 4. Виды массовой коммуникации.	1				10			11
Тема 5. Система средств массовой коммуникации.	1		1		10			12
Тема 6. Информационные каналы и особенности развития средств массовой коммуникации в современных условиях.	1		1		10			12

Тема 7. Реклама в области массмедиа.	1		1		10			12
Тема 8. Основные понятия и этапы медиапланирования.	1		1		10			12
Тема 9. Использование основных медиаканалов рекламы.			1		12			13
Тема 10. Стратегия и тактика медиапланирования.			1		12			13
Тема 11. Оценка и контроль эффективности медиаплана.			1		12			13
Тема 12. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана			1		12			13
Контроль							36	36
Всего часов	8		8				36	180

Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации.	Процесс коммуникации и его составляющие. Определение 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.
2	Информация как главная составляющая коммуникации.	Информация как главная составляющая коммуникации. Виды информации. Теория информации. Жизненный цикл информации. Информационная деятельность. Мас-

		совая информация, информационные ресурсы и их классификация. Бизнес-информация и информационный маркетинг. Типы маркетинговой информации и ее функции. Типы бизнес-информации.
3	Теории модели коммуникации.	Обзор теорий коммуникаций. Концепции массовой коммуникации зарубежных исследователей. Функционалистическое направление (У. Шрамм, Г. Лассуэл, П. Лазарфельд). 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.
4	Виды массовой коммуникации.	Виды массовой коммуникации. Понятие вербальной коммуникации и ее формы. Теория имиджа. Теория игр. Мифологическая коммуникация. Художественная коммуникация.
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.
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.
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.
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.
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.
10	Стратегия и тактика медиапланирования.	Принципы определения рекламного бюджета. Распределение рекламного бюджета в прессе и между носителями рекламы. Определение основных и вспомогательных средств рекламы.
11	Оценка и контроль эффективности медиаплана.	Создание медиаплана для рекламной кампании. Медиабриф.

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.
Диалоги в парах - различные виды коммуникации

Тема № 2. Информация как главная составляющая коммуникации.
Свободная дискуссия о природе информации

Тема № 3. Теории модели коммуникации.
Обсуждение различных моделей коммуникации

Тема № 4. Виды массовой коммуникации.
Обсуждение различных видов коммуникации

Тема № 5. Система средств массовой коммуникации.
Обсуждение различных средств коммуникации

Тема № 6. Информационные каналы и особенности развития средств массовой коммуникации в современных условиях.
Обсуждение различных информационных каналов коммуникации.

Тема № 7. Реклама в области масс-медиа.
Обсуждение рекламных роликов в области масс-медиа (по выбору обучающихся)

Тема № 8. Основные понятия и этапы медиапланирования.
Разбор конкретных примеров средств массовой информации (по выбору обучающихся)

Тема № 9. Использование основных медиаканалов рекламы.
Разбор конкретных примеров средств массовой информации (по выбору обучающихся)

Тема № 10. Стратегия и тактика медиапланирования.
Разбор конкретных примеров средств массовой информации (по выбору обучающихся)

Тема № 11. Оценка и контроль эффективности медиаплана.
Разбор конкретных примеров средств массовой информации (по выбору обучающихся)

Тема № 12. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана.

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 семинарских занятий 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 обучающегося. Формы самостоятельной работы обучающихся могут быть разнообразными. Самостоятельная работа обучающихся включает: 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.	<p>Усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции.</p> <p>Выполнение устных упражнений.</p> <p>Выполнение письменных упражнений и практических работ.</p> <p>Подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий.</p> <p>Выполнение творческих работ.</p>
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	
Тема 12. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана.	

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.

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

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. Он-лайн-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.

5.2. Примерные задания для самостоятельной работы

Задание 1.

Разработать медиаплан используя только печатные средства массовой информации. Отразить все этапы медиапланирования. Компания и продукт представляется преподавателем.

Задание 2.

Разработать медиаплан используя только телевидение. Отразить все этапы медиапланирования. Компания и продукт представляется преподавателем.

Задание 3.

Разработать медиаплан используя только радио. Отразить все этапы медиапланирования. Компания и продукт представляется преподавателем.

Задание 4.

Разработать медиаплан используя только Интернет. Отразить все этапы медиапланирования. Компания и продукт представляется преподавателем.

Задание 5.

Разработать медиаплан используя только наружные рекламные носители. Отразить все этапы медиапланирования. Компания и продукт представляется преподавателем.

Тема 7.

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
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности		
ИУК-9.1.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИУК-9.2.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИУК-9.3.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

6.2. Типовые вопросы и задания

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

Компетенции	Типовые вопросы и задания
<p>УК-5</p>	<p>Найдите самостоятельно примеры реклам и рассмотрите по образцу:</p> <p>Для анализа были выбраны журналы Cosmopolitan, Men’sHealth и МАХИМ (номера 1–5 за 2013 год), газеты «МЕТРО», «Московский комсомолец» и «Комсомольская правда» за май 2013 года (номера за 6, 7, 8 мая), каталоги Quelle, AVON и Oriflame за май 2013. В рекламных обращениях часто содержится подробная информация о продукте, например:</p> <p>70-е – история в лицах</p> <p>Как сказала Коко Шанель: «Люди увлекаются не модой, а лишь теми немногими, кто ее создает». 70-е – прямое тому доказательство. Ведь это не только период появления новых направлений, но и время, когда впервые прогремели имена знаменитых дизайнеров XXI века.</p> <p>В 70-х годах зажглась яркая звезда Кензо – первого японского кутюрье, получившего признание Запада. Именно он автор модели рукава «летучая мышь» и платья-свитера. На гребне этой модной вехи гремело и имя французского дизайнера Ива Сен-Лорана. Триумфом модельера стали стеганые куртки и жилеты, а также пышные юбки.</p> <p>Расправила крылья фортуна Кельвина Кляйна: джинсовый бум позволил завоевать ему весь мир. Гуру итальянской моды Джорджио Армани 70-е тоже не обошли стороной. Кутюрье первым придал одежде эффект поношенности и совершил революцию в мире мужского костюма, предложив в компаньоны классическому пиджаку джинсовые и кожаные брюки.</p> <p>К счастью, чтобы приобщиться к капризным тенденциям моды, не обязательно ехать в Париж и Милан. Унести в стильное путешествие по далеким семидесятым можно, просто открыв каталог одежды Quelle и создав свой собственный образ 70-х («МК», 6 мая 2013, с. 12)</p>

6.4. Оценочные шкалы

6.4.1. Оценивание 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: <ul style="list-style-type: none"> - 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: <ul style="list-style-type: none"> - 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 ответов на вопросы и выполнения заданий промежуточной аттестации

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

Шкала оценивания на экзамене, зачете с оценкой

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала; - исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; - правильно формулировать определения; - продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; - уметь сделать выводы по излагаемому материалу.
Хорошо	Обучающийся должен:

	<ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать достаточно полное знание программного материала; - продемонстрировать знание основных теоретических понятий; - достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; - продемонстрировать умение ориентироваться в литературе; - уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
Удовлетворительно	<p>Обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
Неудовлетворительно	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 развертывания), 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 подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют 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 (Case study) – 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 литература²

1. Бузин В.Н., Бузина Т.С. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс] / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — ЛитРес, 2022. — 180 с. — 5044330329, 9785044330320. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75216.html>

8.1.1. Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

В Университете имеются специализированные аудитории для проведения занятий по информационным технологиям.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.

Электронная информационно-образовательная среда Университета включает:

1. Официальный сайт Университета (<https://www.iile.ru/>)
2. Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)
3. Программы для ЭВМ. Система дистанционного обучения «Mirapolis» - Лицензионный договор №107/06/24-к от 27.06.2024 (Спецификация к Лицензионному договору №107/06/24-к от 27.06.2024, срок действия с 02.07.2025 по 01.07.2026 г.) <https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/>
4. Программа для ЭВМ. Виртуальная комната «Mirapolis» - Лицензионный договор №107/06/24-к от 27.06.2024 (Спецификация к Лицензионному договору №107/06/24-к от 27.06.2024, срок действия с 02.07.2025 по 01.07.2026 г.) <https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/>
5. Система тестирования INDIGO лицензионное соглашение (Договор от 07.11.2018 г. №Д-54792, дополнительное соглашение № Д-5479/6 о пролонгации договора до 01.06.2026г.) <http://212.48.35.211:85/>

² Из ЭБС университета

8.1.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система «Атлант» - Atlant Academ от 24.01.2024 г. (бессрочно)
2. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Расширенный Russian Edition договор-оферта № Tr000941765 от 16.10.2025 г.

8.1.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется при необходимости, но не реже одного раз в год.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - Договор №МИ-ВИП-79717-56/2022 (бессрочно)
2. Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2024 г. №11652/24С (срок действия до 31.08.2027 г.) <https://www.iprbookshop.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENCE INDEX № SIO -3079/2026 от 30.01.2026 г. (срок действия до 29.01.2027г.) <https://elibrary.ru>

8.1.4. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Раздел 9. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	<u>Оборудование:</u> специализированная мебель (мебель аудиторная (11 столов, 22 стула, доска аудиторная навесная), стол преподавателя, стул преподавателя. <u>Технические средства обучения:</u> персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран).
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Специализированная мебель (9 столов, 9 стульев), персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета