



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ИГО  
Т.Е. Абрамзон

14.02.2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

***ОСНОВЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ***

Направление подготовки (специальность)  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация) программы  
Коммуникации в цифровой среде

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения  
заочная

Институт/ факультет	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации
Курс	4

Магнитогорск  
2023 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации

25.01.2023, протокол № 6

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО

14.02.2023 г. протокол № 6

Председатель \_\_\_\_\_ Т.Е. Абрамзон

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры РЯОЯиМК, канд. филол. наук \_\_\_\_\_ А.М.Максимова

Рецензент:

старший научный сотрудник Научно-исследовательской Словарной лаборатории НИИ ИАФ ФГБОУ ВО "МГТУ им. Г.И. Носова", канд. филол. наук

\_\_\_\_\_ А.А.Осипова

### **1 Цели освоения дисциплины (модуля)**

- развить способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

- развить способность осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.

### **2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина Основы медиапланирования входит в обязательную часть учебного плана образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Основы теории коммуникации

Основы рекламы и PR

Система жанров массовой коммуникации

Разработки и реализация PR-стратегии

Основы интернет-маркетинга

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Коммуникативные тактики и стратегии

Медиакритика

Основы партизанского маркетинга

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

### **3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения**

В результате освоения дисциплины (модуля) «Основы медиапланирования» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.1	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
ОПК-2.2	Соблюдает принцип объективности в создаваемых медиатекстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
ОПК-3.2	Применяет средства художественной выразительности в создаваемых медиатекстах и (или) продуктах

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

#### 4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 академических часов, в том числе:

– контактная работа – 4,4 академических часов:

– аудиторная – 4 академических часов;

– внеаудиторная – 0,4 академических часов;

– самостоятельная работа – 99,7 академических часов;

– в форме практической подготовки – 0 академических часов;

– подготовка к зачёту – 3,9 академических часов

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в академических часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Раздел 1								
1.1 Медиапланирование: базовые понятия и основания	1	1			12	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2
1.2 Информационный контакт, частота и эффективность	4	1			12	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2

1.3 Охват, частота и рейтинг			1	12	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2
1.4 Информационный контакт, частота и эффективность			1	12	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2
1.5 Планирование медиабюджета				12	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2
Итого по разделу	2		2	60			
2. Раздел 2							

2.1	Виды медиаисследований и форматы представления данных. Мониторинг				12	Усвоение лекционного материала. Конспектирован ие лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2
2.2	Классификация видов и систем мониторинга. Принципы, алгоритм, этапы проведения мониторинга	4			12	Усвоение лекционного материала. Конспектирован ие лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2
2.3	Общие принципы медиапланирования				15,7	Усвоение лекционного материала. Конспектирован ие лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2
Итого по разделу					39,7			
Итого за семестр		2		2	99,7		зачёт	
Итого по дисциплине		2		2	99,7		зачет	



## **5 Образовательные технологии**

Для формирования компетенции и реализации предусмотренных видов учебной работы в учебном процессе используются следующие технологии.

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные и информационные технологии:

Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Проблемная лекция – изложение материала, предполагающее постановку проблемных и дискуссионных вопросов, освещение различных научных подходов, авторские комментарии, связанные с различными моделями интерпретации изучаемого материала.

Лекция-визуализация – изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов).

На практических занятиях используются:

- разбор конкретных ситуаций;
- исследовательский метод;
- работа в команде;
- тренинги (навыковые);

В самостоятельной работе используются:

Конспектирование лекций – служит средством развития умственных способностей человека (мобилизует внимание, активизирует восприятие, мышление), вырабатывает умение в короткой и сжатой форме излагать мысли, развивает навыки литературного изложения, повышает культуру речи.

Поисковый метод – обеспечивает вовлечение учащихся в процесс самостоятельного приобретения знаний, сбора и исследования информации.

Исследовательский метод – организация поисковой, познавательной деятельности учащихся путем постановки учителем познавательных и практических задач, требующих самостоятельного творческого решения.

Обучение в электронной образовательной среде с использованием Интернет-ресурсов (IT-методы).

## **6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Представлено в приложении 1.

## **7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

Представлены в приложении 2.

## **8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

**а) Основная литература:**

1. Бужинская Д. С. Композиция публицистического текста [Электронный ресурс] : учебное пособие / Д. С. Бужинская, О. И. Соловьева ; МГТУ. - [2-е изд., подгот. по печ. изд. 2014 г.]. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3196.pdf&show=dcatalogues/1/1136693/3196.pdf&view=true>. - Макрообъект.

2. Мельник М. А. Культурные стратегии и тактики [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / М. А. Мельник, А. И. Назарычева ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3394.pdf&show=dcatalogues/1/1139348/3394.pdf&view=true>.

- Макрообъект. - ISBN 978-5-9967-0971-7.

**б) Дополнительная литература:**

Гнедых В. Н. Речевая коммуникация [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / В. Н. Гнедых. - Магнитогорск : МГТУ, 2014. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).- Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=923.pdf&show=dcatalogues/1/1118921/923.pdf&view=true>. - Макрообъект.

**в) Методические указания:**

Методические указания представлены в Приложении 3

**г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

**Программное обеспечение**

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Браузер Yandex	свободно распространяемое ПО	бессрочно

**Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Название курса	Ссылка
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	<a href="https://dlib.eastview.com/">https://dlib.eastview.com/</a>
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: <a href="https://elibrary.ru/project_risc.asp">https://elibrary.ru/project_risc.asp</a>
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: <a href="https://scholar.google.ru/">https://scholar.google.ru/</a>
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>

**9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа Оснащение: Доска, мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащение: Доска, мультимедийный проектор, экран.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Оснащение: Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Оснащение: Стеллажи для хранения учебно-наглядных пособий и учебно-методической документации.

### Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

По дисциплине предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

Аудиторная самостоятельная работа студентов предполагает конспектирование лекции, также предполагает выполнение практических заданий по определенной теме.

Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт».

Методические указания: после прочтения текста следует заполнить таблицу ИНСЕРТ. В нее необходимо записывать только ключевые слова или фразы.

V      +      -      ?

Пояснение:

«V» — уже знал

«+» — новое

«-» — думал иначе

«?» — не понял, есть вопросы

Составление плана ответа на вопросы для самопроверки.

Методические указания: в процессе составления плана ответы на вопросы необходимо использовать конспект лекции, ЭОРы. Необходимо кратко формулировать основные мысли, положения изучаемого материала. Приступая к освоению записи в виде плана ответов, полезно в самом тексте отмечать места, наиболее четко формулирующие основную мысль, которую автор доказывает. Задание закрепляет и систематизирует знания.

Составление вопросов к текстам лекций по предложенным образцам. Методические указания. При формулировании вопросов, которые студенты составляют самостоятельно, опираясь на тему лекционного материала, целесообразно принимать во внимание следующие примеры:

- 1). Изобрази схематично строение....
- 2). Сделай соответствующие обозначения....
- 3). Воспроизведи схемы....
- 4). Обозначь основные элементы....

5). Выдели отличительные особенности...

Разные по сложности, разнообразные по характеру и форме образцы вопросов направляют мышление студентов на поиски ответов, а затем и на самостоятельную формулировку вопросов, что является приобщением к умственному труду.

Составление тестовых заданий по предложенным правилам (тесты с множественным ответом, тесты на соотнесение, тесты с выбором ответа «верно/неверно»).

Примерные вопросы к зачету:

1. Определения понятия «медиапланирование».
2. Объект и предмет медиапланирования.
3. Цели и задачи медиапланирования.
4. Виды медиапланирования.
5. Стратегический подход в медиапланировании.
6. Процесс выбора тактики медиапланирования.
7. Анализ аудитории при реализации процесса медиапланирования.
8. Анализ рынка при реализации процесса медиапланирования.
9. Понятие и виды рекламного бюджета.
10. Методы расчета рекламного бюджета.
11. Основные показатели медиапланирования (охват, рейтинг, CPP, CRP, CPT, вес, GRP и т.д.).
12. Взаимосвязь и расчет основных показателей медиапланирования.
13. Реализация блиц-паттерна.
14. Реализация клин-паттерна.
15. Реализация реверсивного клин-паттерна.
16. Реализация импульс-паттерна.
17. Реализация паттерна цикла покупки.
18. Реализация паттерна известности.
19. Реализация паттерна смещающегося охвата.

- 20.Реализация сезонного паттерна.
- 21.Понятие и особенности медиастратегии.
- 22.Понятие и особенности медиатактики.
- 23.Модель непрерывной рекламной активности.
- 24.Модель пульсирующей рекламной активности.
- 25.Модель прерывистой рекламной активности.
- 26.Модель эффективной частоты.
- 27.Особенности медиабаинга.
- 28.Особенности медиаселлига.
- 29.Понятие и виды медиапланов.
- 30.Процесс составления медиаплана.
- 31.Выбор медиамодели.
- 32.Написание медиабрифа.
- 33.Виды медиаисследований.

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации.

Код индикатора	Индикатор достижения	Оценочные средства
<b>ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</b>		
ОПК-2.1	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Взаимосвязь медиапланирования, массовых коммуникаций и общества потребления.</li> <li>2. Понятие медийного обращения. Форма и содержание.</li> <li>3. Роль психологического знания в медиапланировании. Основные понятия. Медиастратегии. Содержание и специфика.</li> </ol> <p><b>Практические задания. Ответьте на вопросы. Ответ аргументируйте.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Перечислите предпосылки возникновения медиапланирования.</li> <li>2. Когда в США и России появился термин «медиапланирование»?</li> <li>3. Как переводится понятие «медиа»?</li> <li>4. Назовите два подхода к медиапланированию, где они используются.</li> <li>5. Кто такие медиабайеры? Перечислите их обязанности.</li> </ol> <p><b>Пример комплексного задания по курсу</b></p> <p>В начале весенне-летнего сезона компания ООО «Наш Текстиль», выпускающая спецодежду, разработала новые модели брюк и курток, отличающихся высокой прочностью и удобствами при проведении сельскохозяйственных работ. Компания планирует продать 10 000 шт. костюмов. Стоимость костюма от 560 руб. до 3,5 тыс. руб. ООО «Наш Текстиль» владеет небольшой сетью собственных магазинов «Спецодежда» в Екатеринбурге (2 магазина) и области (1 магазин в городе Каменск-Уральский). Менеджеры компании хорошо понимают, что при успешной рекламной кампании и маркетинговых мероприятиях их товар мог бы пользоваться большой популярностью у разных слоев населения. Для того чтобы увеличить продажи, ООО «Наш Текстиль» готово потратить на рекламу около 280 тыс. рублей (Екатеринбург+регионы).</p> <p>Задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основываясь на какие факторы, вы будете строить рекламную стратегию? Перечислите.</li> </ol>



Код индикатора	Индикатор достижения	Оценочные средства
		<p>2. Кто является целевой аудиторией рекламы спецодежды? Дайте характеристику.</p> <p>3. Каковы основные этапы вашей стратегии продвижения новой торговой сети?</p> <p>4. Какие средства маркетинговых коммуникаций вы выберете для продвижения спецодежды?</p> <p>5. Определите основные и вспомогательные средства рекламы. Обоснуйте выбор.</p> <p>6. Сделайте примерную разбивку бюджета для проведения рекламной кампании (формат «Excel»).</p>
ОПК-2.2	Соблюдает принцип объективности в создаваемых медиатекстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b></p> <p>Разновидности коммуникации: коммерческая, социальная и политическая информационная кампания.</p> <p>Использование наружной рекламы в медиапланировании и ее виды.</p> <p>Специфика телевизионных медиа.</p> <p>Специфика радиальных медиа глазами рекламодателя.</p> <p><b>Практические задания</b></p> <p>1. Дайте определение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций (комплекса продвижения).</p> <p>2. Назовите структурные элементы комплекса продвижения.</p> <p>3. Дайте определение рекламы.</p> <p>4. Дайте определение понятия «связи с общественностью».</p> <p>5. Дайте определение понятия «личные продажи».</p> <p>6. Дайте определение понятия «стимулирования сбыта». Перечислите направления стимулирования.</p> <p>7. Дайте определения понятия «direct-mail».</p> <p>8. Перечислите достоинства и недостатки рекламы и личных продаж.</p> <p>9. Назовите виды продвижения.</p> <p>10. Охарактеризуйте схему создания эффективной рекламы в системе ИМК</p> <p><b>Пример комплексного задания</b></p> <p>Медиабриф составляется рекламодателем совместно с представителями рекламного агентства, которое будет проводить рекламную кампанию. Выберите рекламодателя и объект продвижения. Заполните медиабриф, используя приведенный шаблон.</p>
<p><b>ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</b></p>		

Код индикатора	Индикатор достижения	Оценочные средства
ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфика печатных медиа с точки зрения медиапланирования.</li> <li>2. Специфика интернет-медиа. Современная интернет-реклама.</li> <li>3. Основания выделения целевой аудитории в медиапланировании.</li> <li>4. Основные стадии медиа-кампании.</li> </ol> <p><b>Практические задания</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дайте определение рекламной кампании.</li> <li>2. Перечислите этапы рекламной кампании.</li> <li>3. Назовите возможные цели рекламной кампании.</li> <li>4. По каким характеристикам выбирается целевая аудитория рекламной кампании?</li> <li>5. Что показывает формула Парето?</li> <li>6. Перечислите характеристики потребительского поведения.</li> <li>7. Как провести сегментацию целевой аудитории рекламной кампании?</li> </ol> <p><b>Пример комплексного задания</b></p> <p>Составьте медиакарту для размещения рекламы в печатных СМИ. Объект продвижения – предприятие ООО «N+» г. Магнитогорск, специализирующееся на изготовлении и установке натяжных потолков.</p>
ОПК-3.2	Применяет средства художественной выразительности в создаваемых медиатекстах и (или) продуктах	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные параметры медиапланирования.</li> <li>2. Интегрированные маркетинговые коммуникации.</li> <li>3. Назовите составляющие процесса рекламной коммуникации.</li> <li>4. В чем суть разработки маркетинговой и рекламной стратегии использования СМК?</li> </ol> <p><b>Практические задания</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дайте определение. Изучите сайты профессиональные организации на рынке теле- и радиометрии: описание структуры данных. Работа сдается в письменном виде.</li> <li>2. На основе представленных данных сделайте и обоснуйте выбор медианосителей для конкретной практической ситуации. Осуждение.</li> </ol> <p><b>Пример комплексного задания</b></p> <p>Разработка варианта медийной стратегии для рекламы товара X. Работа сдается в письменном виде.</p>
<b>ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</b>		
ОПК-5.1	Знает совокупность	<b>Перечень теоретических вопросов</b>

Код индикатора	Индикатор достижения	Оценочные средства
	<p>политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>1. Перечислите требования к формулировке целей медиапланирования.  2. Перечислите цели медиапланирования.  3. Перечислите основные возможности медиапланирования.  4. Назовите виды медиапланирования по степени точности.  5. Назовите виды медиапланирования по стадиям разработки.  6. Назовите виды медиапланирования по типам целей.</p> <p><b>Практические задания</b>  1. Подготовка письменной работы: политика ценообразования на региональном рынке размещения рекламы, особенности закупки рекламного времени и пространства на примере конкретных медиа и агентств региона.  2. На основе медиаданных провести оптимизацию медиаплана по заданным показателям. Задание оформляется в печатном виде и сдается преподавателю на проверку.</p> <p><b>Пример комплексного задания</b>  На основе предоставленных данных составить календарный график размещения рекламы (для разных типов медиа)</p>
ОПК-5.2	<p>Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b>  Методы исследования в медиапланировании.  Способы оценки эффективности медиапланирования.  Критерии эффективности медиапланирования.</p> <p><b>Практические задания</b>  1. Работа в группе по 2-3 человека. На основании предоставленных маркетинговых данных сформулировать маркетинговую проблему, цели рекламной кампании, цель медиаплана. Предложить наиболее эффективные с точки зрения медиапланирования каналы коммуникации для размещения рекламы для конкретного кейса. Презентация и обсуждение результатов.  2. На основе представленных данных, рассчитать минимальную эффективную частоту по методике Остроу. Задание оформляется в печатном виде и сдается преподавателю на проверку.</p> <p><b>Пример комплексного задания по курсу</b>  Выбрать любые периодические печатные СМИ из категории (не менее пяти). Подготовить медиаобсчет и медиаплан на «март, текущего года» для фирмы «Праздник всем!» г. Магнитогорск.  «Праздник всем!» специализируется на</p>

Код индикатора	Индикатор достижения	Оценочные средства
		<p>проведении детских, семейных и корпоративных праздников. Бюджет на рекламу 80 000 руб. В размере модуля ограничений нет (главное вписаться в бюджет). Необходимо обосновать выбор каждого издания.</p> <p>Дайте развернутое описание целевой аудитории с учетом специфики деятельности заказчика. Цель рекламной кампании: обеспечить максимальный охват аудитории со средней частотой контакта с рекламным сообщением 3+.</p> <p>Требования заказчика: использование только полноцветных рекламоносителей, обеспечивающих качественное отображение фирменного цвета.</p> <p>При подготовке медиаобсчета необходимо учесть следующие показатели:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Рейтинг СМИ (%)</li> <li>– Охват (%)</li> <li>– Стоимость рекламной площади (руб)</li> <li>– Стоимость охвата 1% ЦА (руб)</li> <li>– Предпочтения по охвату (проранжировать от наибольшего к наименьшему)</li> <li>– Предпочтения по стоимости рекламы</li> <li>– Предпочтения по стоимости охвата 1% ЦА</li> <li>– Количество публикаций (распределение делать в соответствии с рейтингом и общим бюджетом)</li> <li>– Общий бюджет (руб)</li> <li>– GRP (%)</li> <li>– Частота (F=3+)</li> </ul> <p>Сделать выводы (до 20 предложений).</p>

**б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания: Примерная структура и содержание пункта:**

Изучение дисциплины завершается сдачей экзамена.

Экзамен является формой итогового контроля знаний и умений, полученных на лекционных, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы, и имеет целью проверку знаний студентов по теории и выявление навыков применения полученных знаний при решении практических задач, а также навыков самостоятельной работы с учебной и научной литературой.

Студенты допускаются к сдаче экзамена при выполнении условий:

- полностью выполнены все домашние задания;
- успешно решены тесты (не менее 50% от максимального балла).

Подготовка студента к экзамену включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билетах.

Литература для подготовки к экзамену рекомендуется преподавателем.

Экзамен проводится по билетам, охватывающим весь пройденный материал. Билет состоит из двух теоретических вопросов по определенным темам.

По окончании ответа преподаватель может задать студенту дополнительные и уточняющие вопросы. Результаты экзамена объявляются студенту после окончания ответа

в день сдачи.

**Показатели и критерии оценивания экзамена:**

– на оценку **«отлично»** – студент должен показать высокий уровень знаний не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам, оценки и вынесения критических суждений;

– на оценку **«хорошо»** – студент должен показать знания не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам;

– на оценку **«удовлетворительно»** – студент должен показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, интеллектуальные навыки решения простых задач;

– на оценку **«неудовлетворительно»** – студент не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

### Методические указания

В процессе выполнения самостоятельной работы студенты должны научиться воспринимать сведения на слух, фиксировать информацию в виде записей в тетрадях, работать с письменными текстами, самостоятельно извлекая из них полезные сведения и оформляя их в виде тезисов, конспектов, систематизировать информацию в виде заполнения таблиц, составления схем. Важно научиться выделять главные мысли в лекции преподавателя либо в письменном тексте; анализировать явления; определять свою позицию к полученным на занятиях сведениям, четко формулировать ее; аргументировать свою точку зрения: высказывать оценочные суждения; осуществлять самоанализ. Необходимо учиться владеть устной и письменной речью; вести диалог; участвовать в дискуссии; раскрывать содержание изучаемой проблемы в монологической речи; выступать с сообщениями и докладами.

Конспект лекции. Смысл присутствия студента на лекции заключается во включении его в активный процесс слушания, понимания и осмысления материала, подготовленного преподавателем. Этому способствует конспективная запись полученной информации, с помощью которой в дальнейшем можно восстановить основное содержание прослушанной лекции.

Для успешного выполнения этой работы советуем:

- подготовить отдельные тетради для каждого предмета. Запись в них лучше вести на одной стороне листа, чтобы позднее на чистой странице записать дополнения, уточнения, замечания, а также собственные мысли. С помощью разноцветных ручек или фломастеров можно будет выделить заголовки, разделы, термины и т.д.
- не записывать подряд все, что говорит лектор. Старайтесь вначале выслушать и понять материал, а затем уже зафиксировать его, не упуская основных положений и выводов. Сохраняйте логику изложения. Обратите внимание на необходимость точной записи определений и понятий.
- оставить место на странице свободным, если не успели осмыслить и записать часть информации. По окончании занятия с помощью однокурсников, преподавателя или учебника вы сможете восстановить упущенное.
- уделять внимание грамотному оформлению записей. Научитесь графически ясно и удобно располагать текст: вычленять абзацы, подчеркивать главные мысли, ключевые слова, помещать выводы в рамки и т.д. Немаловажное значение имеет и четкая структура лекции, в которую входит план, логически выстроенная конструкция освещения каждого пункта плана с аргументами и доказательствами, разъяснениями и примерами, а также список литературы по теме.
- научиться писать разборчиво и быстро. Чтобы в дальнейшем не тратить время на расшифровку собственных записей, следите за аккуратностью почерка, не экономьте бумагу за счет уплотнения текста. Конспектируя, пользуйтесь общепринятыми сокращениями слов и условными знаками, если есть необходимость, то придумайте собственные сокращения.

- уметь быстро и четко переносить в тетрадь графические рисунки и таблицы. Для этих целей приготовьте прозрачную линейку, карандаш и резинку. Старайтесь как можно точнее скопировать изображение с доски. Если наглядный материал трудно воспроизводим в условиях лекции, то сделайте его словесное описание с обобщающими выводами.

- просмотреть свои записи после окончания лекции. Подчеркните и отметьте разными цветами фломастера важные моменты в записях. Исправьте неточности, внесите необходимые дополнения. Не тратьте время на переписывание конспекта, если он оказался не совсем удачным. Совершенствуйтесь, записывая последующие лекции.

Подготовка к экзамену. Готовиться нужно заранее и в несколько этапов. Для этого:

- Просматривайте конспекты лекций сразу после занятий. Это поможет разобраться с непонятными моментами лекции и возникшими вопросами, пока еще лекция свежа в памяти.
- Бегло просматривайте конспекты до начала следующего занятия. Это позволит «освежить» предыдущую лекцию и подготовиться к восприятию нового материала.
- Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала.

Непосредственно при подготовке:

- Упорядочьте свои конспекты, записи, задания.
- Прикиньте время, необходимое вам для повторения каждой части (блока) материала, выносимого на экзамен.
- Составьте расписание с учетом скорости повторения материала, для чего
- Разделите вопросы для экзамена на знакомые (по лекционному курсу, семинарам, конспектированию), которые потребуют лишь повторения и новые, которые придется осваивать самостоятельно. Начните с тем хорошо вам известных и закрепите их с помощью конспекта и учебника. Затем пополните свой теоретический багаж новыми знаниями, обязательно воспользовавшись рекомендованной литературой.
- Правильно используйте консультации, которые проводит преподаватель. Приходите на них с заранее проработанными самостоятельно вопросами. Вы можете получить разъяснение по поводу сложных, не до конца понятых тем, но не рассчитывайте во время консультации на исчерпывающую информацию по содержанию всего курса.