

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

Е.В. Лазуткина

«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой журналистики и
медиакommunikаций

Г.С. Белолипская

«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗРАБОТКА МЕДИАСТРАТЕГИЙ

Составитель

**Байбатырова Н.М., к. филол. н., доцент кафедры
журналистики и медиакommunikаций**

Согласовано с работодателями:

**Нечаев А.Н., генеральный директор АНО
«Издательский дом “Каспий”», председатель
Астраханского регионального отделения Союза
журналистов России**

**Стародубова О.В., заместитель начальника
Управления связи, главный редактор
корпоративного СМИ «Наше время»
ООО «Газпром добыча Астрахань»**

Направление подготовки

42.03.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Направленность (профиль) ОПОП

Квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

очная

Год приема

2024

Курс

4

Семестр

7

Астрахань – 2024 г.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель освоения дисциплины «Разработка медиастратегий» – сформировать компетенции обучающегося в области разработки медиастратегий в соответствии с целями и задачами организации.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- ознакомить обучающегося с ролью медиапланирования в маркетинговых коммуникациях, его методами и средствами;
- научить составлять и анализировать производственной документации, необходимой для организации, планирования и осуществления медиакампаний;
- ознакомить с возможностями программных средств для медиапланирования и с основными принципами применения этих средств;
- научить составлять медиастратегии предприятия или организации и медиаплана рекламной кампании.

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Разработка медиастратегий» относится к элективным дисциплинам (модулям) и реализуется в 7 семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

– *«Основы теории массовой коммуникации»*

Знания: основы теории коммуникации как акта общения, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта; коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта; действующие в этом процессе барьеры и факторы организации эффективной коммуникации; взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства; основные точки напряжения, асоциальные эффекты социальной коммуникации, способы снятия конфликтов и её гуманизации.

Умения: соотносить теоретические схемы изучения коммуникации с практикой мировой культуры; прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере массмедиа, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, использовать полученные знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям.

Навыки: владеть навыками анализа практической деятельности в сфере массмедиа, рекламы и связей с общественностью, а также гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.

«Социология массовой коммуникации»

Знания: принципы функционирования современного демократического общества, механизмы социальных процессов и отношений, основные социальные регуляторы; понимать суть процесса стратификации; знать основные характеристики социального состава населения современной России;

Умения: ориентироваться в различных аспектах реального состояния российского общества, актуальных проблемах, тенденциях развития; использовать полученные знания в своей профессиональной деятельности;

Навыки и (или) опыт деятельности: владеть общесоциологической культурой; иметь представление об основных источниках и методах получения социологической информации.

2.2. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть востребованы при прохождении учебной, производственной, преддипломных практик и при написании выпускной квалификационной работы.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- а) универсальных (УК): -
- б) общепрофессиональных (ОПК): -
- в) профессиональных (ПК): ПК-4

Таблица 1
Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины		
	Знать	Уметь	Владеть
ПК-4. Способен продвигать мультимедийный контент путем взаимодействия с различными социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов и платформ	ПК-4.1.1. Знает способы распространения мультимедийного контента для дальнейшего доведения её до аудитории	ПК-4.2.1 Создает, обрабатывает, компонуется информацию в различных средах и на различных носителях и платформах	ПК-4.3.1 Владеет навыками распространения информации в различных средах и на различных носителях и платформах

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины 72 часа (2 зачетные единицы), в том числе 54 часа, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (из них 18 часов – лекции, 36 часов – практические, семинарские занятия), и 18 часов – на самостоятельную работу обучающихся.

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	2
Объем дисциплины в академических часах	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	54
- занятия лекционного типа, в том числе:	18
- практическая подготовка (если предусмотрена)	-
- занятия семинарского типа (семинары, практические, лабораторные), в том числе:	36
- практическая подготовка (если предусмотрена)	-
- в ходе подготовки и защиты курсовой работы	-
- консультация (предэкзаменационная)	-
- промежуточная аттестация по дисциплине	-
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	18
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен), семестр (ы)	Экзамен - 7 семестр

Таблица 2.2.

Структура и содержание дисциплины (модуля)

для очной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации <i>[по семестрам]</i>
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	Л Р	в т.ч. ПП				
Семестр 7.										
Тема 1. Понятие медиастратегии. Медиастратегия как конкретный проект, как технологический процесс и как вид	4		9					4	17	Опрос Презентации студентов Практическое задание
Тема 2. Методы измерения и стандартные параметры аудитории основных СМК	4		9					4	17	опрос
Тема 3. Разработка медиастратегии в рекламной деятельности. Рекламная кампания: цели, структура, типология, стратегии.	5		9					5	19	опрос Практическое задание
Тема 4. Процессы разработки медиастратегии: основные этапы, ресурсы, средства контроля.	5		9					5	19	опрос Контрольное задание
Итоговая форма аттестации										Опрос Практическое задание
Консультации									-	
Контроль промежуточной аттестации									-	экзамен
ИТОГО за семестр:	18		36					18	72	

Условные обозначения: Л – занятия лекционного типа; ПЗ – практические занятия, ЛР – лабораторные работы; КР – курсовая работа; СР – самостоятельная работа по отдельным темам

Таблица 3. Матрица соотнесения разделов, тем учебной дисциплины и формируемых в них компетенций

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции			Общее количество компетенций
		ПК-4			
Тема 1. Понятие медиастратегии. Медиастратегия как конкретный проект, как	19	+			1

технологический процесс и как вид					
Тема 2. Методы измерения и стандартные параметры аудитории основных СМК	19	+			1
Тема 3. Разработка медиастратегии в рекламной деятельности. Рекламная кампания: цели, структура, типология, стратегии.	17	+			1
Тема 4. Процессы разработки медиастратегии: основные этапы, ресурсы, средства контроля.	17	+			1
Экзамен	1	+			1
Итого	72	+			1

Краткое содержание каждой темы дисциплины

Тема 1. Понятие медиастратегии. Медиастратегия как конкретный проект, как технологический процесс и как вид деятельности.

Понятие медиастратегии. Ее место в структуре рекламной и PR-деятельности организации. Виды медиастратегий. Условия возможности реализации эффективной медиастратегии. Медиастратегия как конкретный проект. Компоненты медиастратегии как проекта. Разработка медиастратегии как технологический процесс и его компоненты: целеполагание, операции, ресурсы, инструменты, контроль. Стратегическое медиапланирование как вид деятельности. Технологическое обеспечение разработки медиастратегии.

Тема 2. Методы измерения и стандартные параметры аудитории основных СМК

Методы измерения аудитории. Краткая история развития методов измерения аудитории СМК. Опросные и приборные методы измерения аудитории. Специфика методов измерения аудитории печатных СМИ, радио, телевидения, интернета, наружной рекламы. Стандартные параметры измерения аудитории (технические, редакционные, рекламные). Стандартные параметры измерения аудитории печатных СМИ, аудитории радиостанций, аудитории телеканалов, аудитории интернет - ресурсов, в том числе социальных медиа, аудитории наружной рекламы.

Тема 3. Разработка медиастратегии в рекламной деятельности. Рекламная кампания: цели, структура, типология, стратегии.

Специфика рекламной деятельности. Место рекламной деятельности в системе маркетинга. Основные цели рекламной деятельности. Структура рекламного рынка: основные и неосновные субъекты, их функции, взаимосвязи между ними. Конкурентная среда на рекламном рынке. Борьба рекламодателей и СМК за целевые аудитории. Рекламная кампания как основной вид рекламной деятельности. Цели рекламной кампании. Индикаторы рекламной кампании. Структура рекламной кампании как технологического процесса (этапы, операции, ресурсы, инструменты, контроль). Типология рекламных кампаний. Понятие рекламной стратегии. Виды рекламной стратегии. Учет целей, структурных компонентов, типологии и стратегии рекламной кампании в процессе медиапланирования.

Тема 4. Процессы разработки медиастратегии в рекламной деятельности: основные этапы, ресурсы, средства контроля.

Основные этапы разработки медиастратегии. Постановка цели и задач рекламной кампании. Определение рекламируемого объекта. Определение целевой аудитории. Выбор рекламных носителей. Установление целевых характеристик рекламной кампании (временных, медийных, аудиторных, стоимостных и др.). Разработка конкретного медиаплана. Определение средств

промежуточного контроля исполнения медиастратегии и медиаплана (контроль за выходом рекламных сообщений на каждом рекламном носителе, контроль за достижением промежуточных значений параметров аудитории и др.). Проблема эффективности медиастратегического планирования в рекламной деятельности. Базовые задачи планирования медиастратегии: максимизация аудитории при заданном бюджете; минимизация расходов на размещение рекламы при заданных параметрах аудитории. Посткампейн-анализ рекламной кампании.

4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

При подготовке к лекции, семинарским занятиям, выполнение самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru/course/view.php?id=832>

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, выступать с подготовленными заранее докладами и презентациями, принимать участие в выполнении практических заданий.

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

Подготовка к лекции заключается в следующем: - внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; - узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану); - ознакомьтесь с учебным материалом по учебным пособиям; - постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке; - запишите возможные вопросы, которые вы зададите преподавателю на лекции. Во время лекции рекомендуется составлять конспект, фиксирующий основные положения лекции и ключевые определения по пройденной теме. К зачету, экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов к экзамену.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и

характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях, семинарских занятиях и в процессе самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета, экзамена.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Методические указания предназначены для рационального распределения времени обучающегося по видам самостоятельной работы и разделам, темам дисциплины (модуля). Они составляются на основе сведений о трудоёмкости дисциплины (модуля), её содержании, видах работы по её изучению и т. д. В раздел включаются рекомендации для обучающихся по изучению дисциплины (модуля) или её отдельных тематических разделов, по организации их аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы: подготовке к учебным занятиям и работе на учебных занятиях, подготовке к различным формам контроля, работе с источниками информации, выполнению практических заданий и т. д. Приводятся вопросы и задания для самостоятельной работы обучающихся, материалы, необходимые для подготовки к учебным занятиям.

5.1. Указания для обучающихся по освоению дисциплины

Таблица 4
Содержание самостоятельной работы обучающихся

Темы/вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
Тема 1. Понятие медиастратегии. Медиастратегия как конкретный проект, как технологический процесс и как вид Временная территориально-географическая составляющие медиастратегии. Формирование медиабрифа. Медиабриф как результат медиастратегии.	5	Конспектирование
Тема 2. Методы измерения и стандартные параметры аудитории основных СМК Исследование аудитории СМИ. Исследование интернет-аудитории.	5	Конспектирование
Тема 3. Разработка медиастратегии в рекламной деятельности. Рекламная кампания: цели, структура, типология, стратегии. Понятия охвата и частоты контактов. Понятие контакта с рекламоносителем. Стоимостные показатели медиапланирования, Стоимость размещения. Исходные данные для медиапланирования.	4	Конспектирование
Тема 4. Процессы разработки медиастратегии: основные этапы, ресурсы, средства контроля. Сочетаемость и комбинация носителей и продвигаемого продукта/услуги.	4	Конспектирование

Итого	18	
-------	----	--

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Методические рекомендации по выполнению практических заданий

Практические (творческие) задания как форма самостоятельной работы, представляют подготовку самостоятельного развернутого ответа по конкретной теме или вопросу. Задания преподаватель предлагает специально для каждой группы, с учетом профиля, по которому группа специализируется и потенциала группы. В ходе выполнения творческих заданий студенты работают индивидуально и в группах, что способствует развитию, как личной творческой инициативы, так и умению работать в команде. Таким образом, развитие и формирование компетенций в курсе будет способствовать эффективности профессиональной деятельности.

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ, проведению экзамена

Контрольные работы

Контрольная работа состоит из 2-х заданий. Основаниями для снижения оценки за задание являются:

- ошибки в объяснениях и комментариях при верно выполненном задании;
- неполный ответ для теоретических заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

Проведение экзамена

Оценивание студентов на экзамене осуществляется в соответствии с требованиями и критериями 100-балльной шкалы. Учитываются как результаты текущего контроля, так и знания, навыки и умения, непосредственно показанные студентами в ходе экзамена.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных, тематических контрольных работ и лабораторных работ. Он предусматривает проверку готовности студентов к плановым занятиям, оценку качества и самостоятельности выполнения заданий на лабораторных занятиях, проверку правильности выполнения заданий, выданных на самостоятельную проработку.

На экзамене осуществляется комплексная проверка знаний, навыков и умений студентов по всему теоретическому материалу дисциплины и с проверкой практических навыков и умений. Теоретические знания оцениваются путем компьютерного тестирования или на основании письменных ответов студентов по нескольким теоретическим вопросам.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий:

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа

Тема 1. Понятие медиастратегии. Медиастратегия как конкретный проект, как технологический процесс и как вид	Обзорная лекция	Практическое задание	-
Тема 2. Методы измерения и стандартные параметры аудитории основных СМК	Обзорная лекция	Практическое задание	-
Тема 3. Разработка медиастратегии в рекламной деятельности. Рекламная кампания: цели, структура, типология, стратегии.	Обзорная лекция	Практическое задание	-
Тема 4. Процессы разработки медиастратегии: основные этапы, ресурсы, средства контроля.	Обзорная лекция	Практическое задание	-

6.2. Информационные технологии

Информационные технологии, используемые при реализации различных видов учебной и внеучебной работы:

- использование возможностей Интернета (в том числе - электронной почты преподавателя) в учебном процессе (рассылка заданий, предоставление выполненных работ на проверку, ответы на вопросы, ознакомление учащихся с оценками и т.д.);
- использование электронных учебников и различных информационных сайтов (электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, электронных тренажеров, презентаций и т.д.);
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети: веб-конференции, вебинары, форумы, учебно-методические материалы и др.);
- использование интегрированной виртуальной обучающей среды LMS Moodle (системы управления обучением LMS Moodle «Электронное образование») и иные информационные системы, сервисы и мессенджеры.

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 5

Соответствие разделов, тем дисциплины, результатов обучения по дисциплине и оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы, темы дисциплины	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
1.	Тема 1. Понятие медиастратегии. Медиастратегия как конкретный проект, как технологический процесс и как вид	ПК-4	Собеседование Практическое задание
2.	Тема 2. Методы измерения и стандартные параметры аудитории основных СМК	ПК-4	Собеседование Практическое задание
3.	Тема 3. Разработка медиастратегии в рекламной деятельности. Рекламная кампания: цели, структура, типология, стратегии.	ПК-4	Собеседование Практическое задание
4.	Тема 4. Процессы разработки медиастратегии: основные этапы, ресурсы, средства контроля.	ПК-4	Собеседование Практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 6.

Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 7.

Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала	Критерии оценивания
-------	---------------------

оценивания	
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.2. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Вопросы устных опросов: по темам дисциплины

Практические задания

1. Разработка медиастратегии проекта
2. Разработка основных этапов рекламных кампаний
3. Измерение аудитории медиапроекта
4. Разработка базовых задач планирования медиастратегии
5. Разработка графика размещения рекламы.
6. Расчет основных показателей медиапланирования для Интернета
7. Разработка медиаплана
8. Разработка медиаплана рекламной кампании в Интернет

Темы рефератов

Особенности распространения рекламы в телепрограммах и телепередачах (ФЗ «О рекламе», «Закон о рекламе РА»),
Особенности распространения рекламы в радиопрограммах и радиопередачах (ФЗ «О рекламе», «Закон о рекламе РА»)
Особенности распространения рекламы в периодических печатных изданиях (ФЗ «О рекламе», «Закон о рекламе РА»)
Особенности наружной рекламы и установки рекламных конструкций (ФЗ «О рекламе», «Закон о рекламе РА»),
Особенности распространения рекламы на транспортных средствах (ФЗ «О рекламе», «Закон о рекламе РА»)
Измерение и мониторинга СМИ
Показатели медиапланирования для наружной рекламы
Медиапоказатели для радио
Медиахарактеристика ТВ
Особенности медиапланирования для печатных СМИ
Оптимизация медиаплана РК в Интернет и оценка её эффективности
Существующие схемы оплаты интернет-рекламы
Селективная интернет-реклама с оплатой за действия
Показатели эффективности рекламы в социальных сетях (SocialMediaMarketing)
Определение рекламного бюджета контекстной рекламной кампании в Интернет

Системы размещения контекстной рекламы в Интернет

Разработка медиастратегии.

Медиаплан: понятие, принципы, основные этапы разработки.

Основные коэффициенты и показатели, используемые в медиапланировании.

Анализ количественных характеристик медиаплана.

Источники информации о печатных, электронных СМК.

Стратегии планирования: стратегия целевой стратегии продолжительности и привязки во времени.

Контроль выполнения медиаплана и оценка его эффективности.

Глобализация потребительских рынков медиапланирование.

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие медиастратегии. Ее место в структуре рекламной и PR-деятельности организации.
2. Виды медиастратегий.
3. Условия возможности реализации эффективной медиастратегии.
4. Компоненты медиастратегии как проекта.
5. Разработка медиастратегии как технологический процесс и его компоненты: целеполагание, операции, ресурсы, инструменты, контроль.
6. Стратегическое медиапланирование как вид деятельности.
7. Технологическое обеспечение разработки медиастратегии.
8. Методы измерения аудитории.
9. Основные цели рекламной деятельности.
10. Рекламная кампания как основной вид рекламной деятельности.
11. Структура рекламной кампании как технологического процесса (этапы, операции, ресурсы, инструменты, контроль).
12. Типология рекламных кампаний.
13. Понятие рекламной стратегии.
14. Виды рекламной стратегии.
15. Основные этапы разработки медиастратегии.
16. Проблема эффективности медиастратегического планирования в рекламной деятельности.
17. Базовые задачи планирования медиастратегии.

Таблица 9.

Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
ПК-4. Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта				
	Задание закрытого типа	Под массовой коммуникацией традиционно понимается 1) процесс передачи или распределения информации или других форм символического содержания обширной, разнородной и географически рассеянной аудитории 2) взаимодействие больших по численности групп людей в условиях противоборства	1	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		3) процесс передачи информации внутри группы людей		
2		Целью массовых коммуникаций не является: 1) предписание членам общества их места в жизни, соответственно их месту рождения 2) социализация новых членов общества, побуждение их к выполнению ролей и соблюдению норм и обычаев 3) представление развлечений членам общества для отключения их внимания от забот и неудовлетворенностью жизнью	1	3
3		Одной из особенностей общения в условиях массовой коммуникации является... 1) непосредственность общения 2) опосредованность общения 3) свобода общения	2	3
4		Для общения в условиях массовой коммуникации характерна... обратная связь. 1) отсроченная. 2) латентная 3) косвенная	1	3
		К видам внимания не относится.... 1) произвольное 2) произвольное 3) глубокое	3	3
1.	Задание открытого типа	Как может быть определена регулирующая функция средств массовой коммуникации	Координация подсистем общества	2

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
2.		Как может быть определена форма управления коммуникационной деятельности в обществе	Целенаправленное воздействие коммуникатора на получателя информации	2
3.		По какому критерию коммуникация классифицируется на межличностную, групповую и массовую	По составу участников	2
4.		Каков основной недостаток модели коммуникационного процесса, предложенной Г. Лассуэллом?	Она монологична, не учитывает «обратной связи»	2
5.		Средство коммуникации – это...	Способ кодирования сообщений	2
1	Задание закрытого типа	Автором термина «стереотип» являлся... 1) У. Липпман 2) З. Фрейд 3) К. Юнг	1	3
2		Термин «катарсис» был введён... 1) Платоном 2) Аристотелем 3) Цицероном	2	3
3		Концепция Э. Ноэль-Нойман 1) «усталость сострадать» 2) «спираль молчания» 3) «магическая пуля»	2	3
4		Базовая модель Г.Лассуэлла описывает коммуникацию как 1) двусторонний линейный процесс 2) замкнутый циркулярный процесс 3) однонаправленный линейный процесс	3	3
5		Кому из исследователей принадлежит понятие «глобальная деревня»: 1) Дж. Мейровиц 2) П. Кобли	3	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		3) М. Маклюэн		
1.	Задание открытого типа	Механистический подход к коммуникации подразумевает...	Однонаправленный процесс кодирования и передачи информации от источника и приема информации получателем сообщения	2
2.		Деятельностный подход к коммуникации – это...	Совместная деятельность участников коммуникации, в ходе которой вырабатывается общий взгляд на вещи и действия с ними	2
3.		Передача в процессе коммуникации ценностей и норм деятельности – это...	Аксиологический аспект коммуникации	2
4.		Коммуникатор – это	Субъект коммуникации	2
5.		Адресат – это...	Субъект коммуникации	2
	Код и наименование проверяемой компетенции ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности			
1.	Задание закрытого типа	Модель двухступенчатого потока коммуникации Лазерсфельда предусматривает: 1) два этапа влияния информации – от СМИ к лидеру общественного мнения и от лидера общественного мнения к «человеку с улицы»; 2) два этапа воздействия от личности к личности; 3) два этапа влияния – от СМИ к людям.	1	3
2.		К психологическим механизмам восприятия медиа не относят: 1) страх 2) идентификация 3) эффект эмоционального заражения	1	3
3.		Авторами концепции «установления повестки дня» являются: 1) Г. Лассуэлл и К.Ховланд. 2) М. Маккомбс и Д. Шоу	2	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		3) У. Шрамм и А. Бандура		
4.		Исключите из перечня лишние элементы цепи массовой коммуникации: 1) источник 2) сообщение 3) текст	3	3
5.		К планируемым СМИ коммуникативным ситуациям не относятся 1) контекст публикации 2) предполагаемый психологический эффект 3) формы межличностных отношений между участниками	3	3
1.	Задание открытого типа	С точки зрения теории коммуникации люди, на суждения которых ориентируется их постоянное окружение – это ...	Лидеры мнения	2
2.		Понятие «обратная связь» было введено...	В кибернетической модели коммуникации	2
3.		Приведите примеры единиц невербальной коммуникации	Касания, похлопывания, подмигивания, поцелуй, улыбка, смех, рукопожатие, объятие, поцелуй	2
4.		Отличительные коммуникативные особенности диады	Субъективность, взаимные чувства и пристрастия как основа ее существования, эквивалентность коммуникационного обмена	2
5.		К какому виду коммуникации относятся слухи	К неформальной коммуникации в организации	2

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля), и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка достижений студентов строится на основе системы БАРС (Приказ ректора от 13.01.2014 г. № 08-01-01/08).

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий/баллы	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
Основной блок				
1.	Выступления на семинарских занятиях	4/5	20	По расписанию
2.	Практические работы	12/5	60	По расписанию
3.	Контрольные работы	2/5	10	По расписанию
	Всего		90	
Блок бонусов				
6.	Своевременное выполнение заданий		5	
7.	Креативный подход		5	
	Всего		10	
Итого			100	

Таблица 11. – Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	2
Нарушение учебной дисциплины	5
Неготовность к занятию	5
Пропуск занятия без уважительной причины	5

Таблица 12. – Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

Преподаватель, реализующий дисциплину (модуль), в зависимости от уровня подготовленности обучающихся может использовать иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература:

1. Социология журналистики: учеб. пособ. / под ред. С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект

Пресс, 2004. (

2. Фомичева И.Д. Социология СМИ. – 2-е изд.; испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2012.
3. Блохин И.Н. Социология журналистики : учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / И.Н. Блохин и др. ; Под ред. С. Г. Корконосенко. - Москва : Аспект Пресс, 2004. - 318 с. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5756703330.html> (ЭБС «Консультант студента»).
4. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация : Западные теории и концепции : учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Г. П. Бакулев. - Москва : Аспект Пресс, 2010. - 192 с. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705645.html> (ЭБС «Консультант студента»).

8.2. Дополнительная литература:

1. Кириллова Н.Б. Медиа среда российской модернизации [Электронный ресурс] / Кириллова Н. Б. - Москва : Академический Проект, 2020. - 400 с. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829126810.html> (ЭБС «Консультант студента»).
2. Кирия И.В. История и теория медиа : учебник для вузов [Электронный ресурс] / И. В. Кирия, А. А. Новикова - Москва : ИД Высшей школы экономики, 2018. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759814887.html> (ЭБС «Консультант студента»).
3. Корконосенко С.Г. Теория журналистики : моделирование и применение : учеб. пособие [Электронный ресурс] / С. Г. Корконосенко - Москва : Логос, 2015. - 248 с. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785987044711.html> (ЭБС «Консультант студента»).

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины

1. Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» – www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;
- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на

соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

Автор: Байбатырова Н.М.

Программа одобрена на заседании Ученого совета факультета филологии и журналистики
от 4.04.2024 г. протокол № 8.