МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ОПОП

Заведующий кафедрой журналистики и
медиакоммуникаций

Е.В. Лазуткина
«15» мая 2025 г.

Г.С. Белолипская
«15» мая 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
РАЗРАБОТКА МЕДИАСТРАТЕГИЙ

Составитель

Лазуткина Е.В., доцент, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Согласовано с работодателями:

Нечаев А.Н., генеральный директор АНО «Издательский дом “Каспий”»
Михайлова О.В., генеральный директор ООО «Радиосеть», председатель АРО «Союз журналистов России»

Направление подготовки

42.03.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Направленность (профиль) ОПОП

Медиакоммуникации

Квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

очная

Год приема

2025

Курс

4

Семестр

7

Астрахань – 2025 г.

1. 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.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

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

ПК-4. Способен продвигать мультимедийный контент путем взаимодействия с различными социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов и платформ

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ПК-4	ПК-4.1. Создает, обрабатывает, компонует информацию в различных средах и на различных носителях и платформах ПК-4.2. Осуществляет распространение информации в различных средах и на различных носителях и платформах (размещение) ПК-4.3. Отбирает релевантную информацию из доступных источников ПК-4.4. Использует соответствующие технические средства для создания, обработки, компоновки и распространение (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории ПК-4.5. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта	– способы распространения мультимедийного контента для дальнейшего доведения её до аудитории – характеристики, особенности и технические требования основных цифровых платформ и традиционных носителей, принципы адаптации контента под разные каналы распространения. – типы информационных источников и их особенности, критерии оценки надежности и достоверности источника; понимание принципов релевантности информации поставленной задаче или запросу.	– создает, обрабатывает, компонует информацию в различных средах и на различных носителях и платформах – выбирать оптимальные каналы и платформы для распространения информации, адаптировать формат, стиль и содержание информации под требования выбранной среды или носителя; умение анализировать эффективность размещения. – формулировать информационный запрос и определять ключевые параметры поиска, критически анализировать и сравнивать найденную информацию, проверять факты, отфильтровывать нерелевантную, устаревшую или недостоверную информацию.	– навыками продвижения мультимедийного контент путем взаимодействия с различными социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов и платформ – навыками оформления публикаций согласно требованиям платформы; мониторинга размещенного контента. – навыками быстрого и эффективного поиска информации в открытых и специализированных источниках – навыками применения техник верификации информации, структурирования и предварительной обработки отобранных данных, аннотирования и краткого резюмирования полученной информации.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной форм обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

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.):	36
- занятия лекционного типа	18
- занятия семинарского типа (семинары, практические)	18
- в ходе подготовки и защиты курсовой работы	
- консультация (предэкзаменационная)	
- промежуточная аттестация по дисциплине	
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	36
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Зачет - семестр 7

Таблица 2. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						КР / КП	СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Понятие медиастратегии. Медиастратегия как конкретный проект, как технологический процесс и как вид	5		5					9	19	Устный опрос, семинар, практическое задание
Тема 2. Методы измерения и стандартные параметры аудитории основных СМК	5		5					9	19	Устный опрос, семинар, практическое задание
Тема 3. Разработка медиастратегии в рекламной деятельности. Рекламная кампания: цели, структура, типология, стратегии.	5		5					9	19	Устный опрос, семинар, практическое задание
Тема 4. Процессы разработки медиастратегии: основные этапы, ресурсы, средства контроля.	3		3					9	15	Устный опрос, семинар, практическое задание
Консультации										
Контроль промежуточной аттестации										Зачет

ИТОГО за семестр:	18	18				36	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 тем/разделов учебной дисциплины/модуля 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 технологический процесс и как вид деятельности.	19	+			1
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.	19	+			1
Тема 4. Процессы разработки медиастратегии: основные этапы, ресурсы, средства контроля.	15	+			1
Итого	72				1

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

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, медиальных, 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.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

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

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

Студенты могут работать с текстами практических занятий в электронном виде, т.к. они расположены в LMS Moodle «Электронное образование» на сайте АГУ.

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, принимать участие в выполнении практических заданий.

К зачету 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 семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов к зачету.

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 семинарских занятиях и в процессе самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа студентов представлена в следующих формах: подготовка к собеседованию.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

Темы/вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
<i>Тема 1. Понятие медиастратегии. Медиастратегия как конкретный проект, как технологический процесс и как вид</i> Временная территориально-географическая составляющие медиастратегии. Формирование медиабрифа. Медиабриф как результат медиастратегии	9	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 2. Методы измерения и стандартные параметры аудитории основных СМК</i> Исследование аудитории СМИ. Исследование интернет-аудитории.	9	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3. Разработка медиастратегии в рекламной деятельности.</i> Рекламная кампания: цели, структура, типология, стратегии. Понятия охвата и частоты контактов. Понятие контакта с рекламоносителем. Стоимостные показатели медиапланирования, Стоимость размещения. Исходные данные для медиапланирования.	9	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 4. Процессы разработки медиастратегии: основные этапы, ресурсы, средства контроля.</i> Сочетаемость и комбинация носителей и продвигаемого продукта/услуги.	9	Подготовка к собеседованию

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

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ

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 теоретический заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

Проведение зачета

На зачете 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.

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	Устный опрос, семинар, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 2. Методы измерения и стандартные параметры аудитории основных СМК	Лекция-диалог	Устный опрос, семинар, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 3. Разработка медиастратегии в рекламной деятельности. Рекламная кампания: цели, структура, типология, стратегии.	Лекция-диалог	Устный опрос, семинар, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 4. Процессы разработки медиастратегии: основные этапы, ресурсы, средства контроля.	Обзорная лекция	Устный опрос, семинар, практическое задание	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

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 (МОДУЛЮ)

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 (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины(модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Понятие медиастратегии. Медиастратегия как конкретный проект, как технологический процесс и как вид	ПК-4	Устный опрос, семинар, практическое задание
Тема 2. Методы измерения и стандартные параметры аудитории основных СМК	ПК-4	Устный опрос, семинар, практическое задание
Тема 3. Разработка медиастратегии в рекламной деятельности. Рекламная кампания: цели, структура, типология, стратегии.	ПК-4	Устный опрос, семинар, практическое задание
Тема 4. Процессы разработки медиастратегии: основные этапы, ресурсы, средства контроля.	ПК-4	Устный опрос, семинар, практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7. 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 8.

Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии 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

7.3. 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 вопросов для обсуждения

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 медиопланирование.

Перечень вопросов к зачету

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.

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 результатов обучения по дисциплине (модулю)

Контроль и отчетность по дисциплине осуществляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний и умений студентов. Аттестация студентов осуществляется также в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе АГУ. Если промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 40 баллов, экзамен – 50 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий). Если промежуточная аттестация проводится в форме зачета, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так:

текущая аттестация – 90 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий).

В течение всего учебного года студентам нужно активно работать на практических занятиях, выполнять все задания, включая задания для самостоятельной работы, выполнять рейтинговые контрольные работы. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех предусмотренных учебной программой видов текущего контроля.

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

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Основной блок				
1.	Устные ответы	10/5	50	По расписанию
2.	Выступления на семинарских занятиях	8/5	40	По расписанию
Всего			90	

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Блок бонусов				
1.	Посещение занятий		5	По расписанию
2.	Своевременное выполнение всех заданий		5	По расписанию
Всего			10	

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-1
Нарушение учебной дисциплины	-1
Неготовность к занятию	-1
Пропуск занятия без уважительной причины	-1

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)
85–89	4 (хорошо)
75–84	
70–74	
65–69	
60–64	3 (удовлетворительно)

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература:

1. 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»).
2. 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»).
3. Социология журналистики: учеб. пособ. / под ред. С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004.
4. Фомичева И.Д. Социология СМИ. – М.: Аспект Пресс, 2012.

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).