Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

_____Иванов А.Г.
подпись

«01» июля 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.03.01 МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.04.02 журналистика
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Магистерская программа «Паблик рилейшнз»
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая
(академическая /прикладная)

Форма обучения заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника магистр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2016

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 Медиапланирование составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, магистерская программа «Паблик Рилейшнз»

Программу составил(и):
И.О. Никулин, доц., канд. филол. наук
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание _____ подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 Медиапланирование утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 9 «20» мая 2016 г.
Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Кравченко Н.П.
фамилия, инициалы _____ подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 9 «20» мая 2016 г.

Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Кравченко Н.П.
фамилия, инициалы _____ подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 05-16 «24» мая 2016 г.
Председатель УМК факультета Демина Л.И.
фамилия, инициалы _____ подпись

Рецензенты:

Ю.В. Лучинский, доктор филологических наук, проф., зав. кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «КубГУ»

А.А. Ароянц, кандидат филол. наук, доц. кафедры маркетинга и бизнес-коммуникаций ФГБОУ ВО «КубГТУ»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины- создание в сознании студентов целостного представления о природе коммуникативных процессов, содержании и каналах распространения коммуникативного месседжа, месте, роли и функциях средств массовой коммуникации в области экономики, политики и социальной сфере. Практико-ориентированное обучение стратегическому планированию использования различных медиаканалов в качестве носителей рекламных посланий.

1.2 Задачи дисциплины:

- анализ средств масс-медиа в качестве значимых носителей рекламной информации;
- формирование практических навыков медиапланирования и исследования средств массовой коммуникации методами социологии, психологии и семиотики;
- изучение зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и рекламной деятельностью;
- определение места и роли рекламы в структуре СМК, включая новейшие информационные каналы;
- практическое использование критериев выбора рекламоносителя;
- получение студентами навыков составления медиаплана, оценки его эффективности, медиапланирования с использованием компьютерной базы данных.
- тренинг практических компетенций в области экономичного составления медиаплана рекламной кампании.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01«Медиапланирование» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Дисциплина «Медиапланирование» относится к вариативной части профессионального цикла дисциплин. При ее освоении используется знания следующих дисциплин: «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга».

Знания, полученные при изучении дисциплины «Медиапланирование» используются в дальнейшем при изучении специальных дисциплин в вариативной части.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины «Медиапланирование» направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональных компетенций (ОПК):

- готовность осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ(**ОПК-4**);

профессиональных компетенций (ПК):

- готовность аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиа проектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями (**ПК-6**);
- способность осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания

современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования (**ПК-7**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	*ОПК4*	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ	*знать* основные понятия медиалогии	*уметь* анализировать состояние медиарынка и соответствующей целевой аудитории	*владеть* навыками размещения и анализа информации в медиасистемах
2.	*ПК6*	готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими	*знать* - основные теоретические подходы к коммуникации как социальному явлению, структуру; - функции и важнейшие характеристики коммуникативного процесса; - виды, средства, формы и методы коммуникации в рыночной среде. историю отечественного и зарубежного рынка BTL - коммуникаций; современное состояние рекламной индустрии в России и за	*уметь* вычленять из комплексного коммуникативного процесса отдельные коммуникативные акты, анализировать их по всем возможным критериям типологизации; - собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью. - использовать приемы и средства создания рекламного продукта с использованием инноваций;	*владеть* навыками практического осуществления всех стадий коммуникативного процесса, передачи и принятия информации в процессе осуществления различных коммуникаций, поддержания её процесса;

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		показателями	рубежом, модели развития и функционирования отечественных рынков рекламы;		
3.	*ПК7*	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	*знать* - современные рекламные стратегии, формы реализации креатива в нестандартном рекламном продукте; - технологию и средства разработки рекламного продукта с использованием нестандартных медиа и инновационных технологий;	*уметь* - использовать навыки для исследования психологического восприятия конкретной рекламы целевой аудиторией и определения ее возможной эффективности; - применять знания по дисциплине «BTL-коммуникации в местах продаж» в практической деятельности специалиста по рекламе;	*владеть* - навыками культуры научного мышления. - навыками применения различных методов и приемов BTL; - навыками применения инновационных рекламных технологий на практике.

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		1	2		
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):				-	-
Занятия лекционного типа	**10**	**4**	**6**	-	-
Лабораторные занятия	-	-	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	10	4	6	-	-

		-	-	-	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)		-	-	-	-	-
Самостоятельная работа, в том числе:					-	-
Курсовая работа – не предусмотрено		-	-	-	-	-
Проработка учебного (теоретического материала)		*29*	*16*	*13*	-	-
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		*8*	*4*	*4*	-	-
Реферат		*8*	*4*	*4*	-	-
Подготовка к текущему контролю		15	16	16,8	-	-
Контроль:		**3,8**	**3,8**		-	-
Подготовка к экзамену		-	-	-	-	-
Общая трудоемкость	**час.**	**72**	**36**	**36**	-	-
	в том числе контактная работа	**8,2**	**4**	**6,2**	-	-
	зач. ед	**2**	**1**	**1**	-	-

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Медиапланирование: базовые понятия и основания	9	-	1	-	8
2.	Информационный контакт, частота и эффективность	9	-	1	-	8
3.	Охват, частота и рейтинг	9	-	1	-	8
4.	Информационный контакт, частота и эффективность	9	-	1	-	8
	Итого по дисциплине:		-	4	-	32

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 2 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Планирование медиабюджета	10	-	2	-	8
2.	Виды медиаисследований и форматы представления данных. Мониторинг	9	-	2	-	7
3.	Классификация видов и систем мониторинга	8	-	1	-	7
4.	Принципы проведения мониторинга	8,8	-	1	-	4
	Итого по дисциплине:		-	6	-	26

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа – не предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Медиапланирование: базовые понятия и основания	Эффективность коммуникации – вариативность критериев (рациональное принятие аргументов (по Лассуэлу), восприятие, внимание к сообщению, спровоцированное действие и д.р.). Эффективность и рентабельность. Эффективность рекламного сообщения как частный случай коммуникации. Предмет и объект медиапланирования. Процесс медиапланирования – выбор средства (канала), сообщения, места, времени, размера, частоты размещения информации и в рамках выделенного на создание и размещение бюджета. Основное противоречие медиапланирования, «лебедь, рак и щука» – частота, охват и бюджет.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2	Информационный контакт, частота и эффективность	Понятие эффективной частоты. Привязка эффективной частоты к типу информационных материалов (новость, аналитика, реклама). Для рекламы – взаимосвязь между циклом покупки, спецификой товарно-ценовой группы, и эффективной частотой рекламирования. Различные концепции эффективной (достаточной) частоты: концепция «единой панели» и «частоты 3+».	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

		Нелинейный характер роста эффективности в зависимости от роста частот контактов. Модели S-образной кривой, модель Мак-Дональда (С-образной кривой), модель Сиссорса.	
3	Охват, частота и рейтинг	Охват: единицы измерения и методика подсчета, «идеальный охват» и «ядро» целевой аудитории. Взаимосвязь охвата и рейтинга, единицы измерения рейтинга и методика подсчета (в прессе – контакт с номером издания, на радио – прослушивание более 15 минут, телевидение – однократный просмотр ролика или передачи длительностью более 30 секунд). Фокус охвата и паттерн охвата. Экспоненциальный рост удельной стоимости контакта при увеличении охвата выше фокусного значения. Суммирование охвата различных каналов. Сроки (от нескольких часов до десятков дней – в зависимости от канала) и периоды охвата (ежедневный, недельный, месячный, квартальный и годовой).	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
4	Информационный контакт, частота и эффективность	Интенсивность медиавоздействия. Расчет оптимальной интенсивности. Паузы и затухание эффекта медиавоздейтсвия. Импульсная, ударная, сезонная, непрерывная форма медиавоздействия. Виды материалов и основания для сегментирования. Эффективная длительность рекламного контакта и факторы, влияющие на нее (синергия, наложение, аберрация, затухание, аккумуляция, шум), длительность информационного воздействия.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5	Планирование медиабюджета	Бюджет – сумма затрат на изготовление сообщения, закупку площадей в прессе и эфирного времени, стоимости собственно медиапланирования, стоимости предварительного и подтверждающего тестирования. Расходы на составление медиаплана – совокупность технических затрат (стоимость оборудования и программного обеспечения), стоимости медиаисследований и оплаты труда специалистов. Порядок расчета бюджета в медиапланировании,	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

		«открытый» и «закрытый» бюджет. Примеры бюждетов.	
6	Виды медиаисследований и форматы представления данных. Мониторинг	Виды медиаисследований. Использование в медиапланировании готовых данных. Самостоятельная подготовка данных. Мониторинг как инструмент анализа информационных потоков, медиасреды в целом и отдельных каналов. Эволюция применения мониторинга: от почвоведения и экологии до универсального инструмента технических и социальных наук и практической деятельности. Понятие мониторинга: мониторинг как область научных исследования, как технология и как функция информационного обеспечения управленческой деятельности. Мониторинг как средство обеспечения эффективного функционирования системы прогнозирования (через систематический, специально организованный опрос экспертов).	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
7	Классификация видов и систем мониторинга	Классификация существующих систем мониторинга. Классификация по области применения (экология, биология, экономика, коммуникации и др). Классификация по средствам проведения мониторинга (дистанционный, инструментальный. педагогический, психологический, социологический, статистический). Классификация по способам сбора информации (субъективно-непосредственный – в процессе возможно непосредственное описание объекта, субъективно-опосредованный – в процессе осуществляется измерение количественных, численных параметров объекта, объективно-непосредственный – измерение параметров объекта с использованием системы разработанных, общепринятых, и научно-обоснованных критериев, объективно-опосредованный – измерение нечетких, качественных параметров объекта через систему косвенных критериев и показателей. Классификация по ориентации на конечного пользователя (как по количеству представленных данных, так	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

		и по возможности их интерпретации (общедоступные, экспертные, целевые). Классификация по масштабу задач (тактический – ориентированный на реагирование и контроль системы, стратегический – ориентированный на изменение свойств системы, ее развитие). Классификация по особенностям объекта (объекты по статичным характеристикам: простые, сложные, комплексные, по динамическим характеристикам. Ценность мониторинга с точки зрения пользователя – возможность построения прогноза развития объекта мониторинга (при условии отсутствия флуктуационных отклонений и иных форс-мажорных обстоятельств).	
8	Принципы проведения мониторинга	Общие принципы мониторинга: целостность, оперативность, приоритет управления, соответствия целей мониторинга средствам его организации, нацеленность на прогноз, непротиворечивость, разнообразие. Организация и селективность существуют в противовес идее тотального мониторинга, снимают синдром «избытка данных – недостатка информации». Исследования медиапространства. Масштаб исследований: локальный (только определенная проблема, небольшое количество СМИ), региональный мониторинг (пакет «проблемно-ориентированных» программ), национальный (мониторинг всех значимых национальных СМИ, структурирование и архивирование материала для последующего дата-майнинга). Мониторинг как функциональное обеспечение управления: целостность и непрерывность мониторинга, дискретность экспертной и прогностической функций. Информационная открытость мониторинга как пороговое и необходимое условие эффективности. Критерии оперативности мониторинга. Основные цели информационного мониторинга на каждом из четырех этапов системы RACE.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

2.3.3 Лабораторные занятия – не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов) – не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Самостоятельная проработка теоретического материала	Бузин, В. Н. Медиапланирование: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 492 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114785&sr=1. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2016 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М.: Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.
2.	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	Бузин, В. Н. Медиапланирование: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 492 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114785&sr=1. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2016 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М.: Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.
3.	Реферат	Бузин, В. Н. Медиапланирование: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 492 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114785&sr=1. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2016 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М.: Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:
–в печатной форме увеличенным шрифтом,
– в форме электронного документа,
– в форме аудиофайла,
– в печатной форме на языке Брайля.
Для лиц с нарушениями слуха:
– в печатной форме,
– в форме электронного документа.
Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
– в печатной форме,
– в форме электронного документа,
– в форме аудиофайла.
Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, проблемные лекции, практические занятия, самостоятельные работы по основным темам курса.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.02Журналистикареализация компетентного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В рамках данного курса используется такая интерактивная форма проведения занятий как подготовка рефератов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

4.1.1Примерная тематика семинарских занятий:

Тема: Медиапланирование: базовые понятия и основания

1. Эффективность коммуникации – вариативность критериев (рациональное принятие аргументов (по Лассуэлу), восприятие, внимание к сообщению, спровоцированное действие и д.р.).
2. Эффективность и рентабельность.
3. Эффективность рекламного сообщения как частный случай коммуникации.
4. Предмет и объект медиапланирования.
5. Процесс медиапланирования – выбор средства (канала), сообщения, места, времени, размера, частоты размещения информации и в рамках выделенного на создание и размещение бюджета.
6. Основное противоречие медиапланирования, «лебедь, рак и щука» – частота, охват и бюджет.

4.1.2 Примерные темы рефератов:

1. Зависимость медиапланирования от рекламируемого продукта, характера целевой аудитории, бюджета и целей рекламной кампании.

2. Предварительный этап медиаплинирования.
3. Значение выбора оптимального способа распространения рекламы для успеха рекламной кампании.
4. Творческий подход к выбору традиционных и нетрадиционных средств доставки рекламного сообщения.
5. Директ-мейл как канал распространения рекламы.
6. Реклама в средствах массовой информации: проблема выбора.
7. Реклама в прессе, радио, телевидении: достоинства и недостатки.
8. Реклама в Интернете: достоинства и недостатки.
9. Наружная, транзитная реклама: достоинства и недостатки.
10. Виды печатных средств массовой информации, и их характеристика как каналов распространения рекламы.
11. Характеристика телевидения как одного из наиболее эффективного средства распространения рекламы.
12. Динамика объемов рекламного рынка России.
13. Анализ поведения аудитории телевидения как основа оценки его эффективности как средства распространения рекламы.
14. Место рекламы на ТВ и ее эффективность: в программе, вне программы, в специальном блоке, очередность показа, соседство в рекламном блоке.
15. Продолжительность рекламы: предпочтительные размеры рекламного ролика.
16. Критерии выбора оптимального варианта рекламы на ТВ.
17. Два подхода к оплате рекламы на ТВ: оплата времени трансляции; оплата рейтингов.
18. Характеристика радио как средства распространения рекламы: достоинства и недостатки.
19. Формирование списка СМИ.
20. Подбор публикаций (клиппинг).
21. Регистрация и индексирование материалов по ключевым параметрам (название публикации, автор, название, номер и дата выхода издания, тема).
22. Аналитическая обработка информации (определение ключевых понятий (смысловых единиц) и фиксация их в программе исследования; разработка индикаторов измерений и системе кодирования.
23. Классификация продуктов мониторинга по виду данных и форме представления. По виду данных: тематический обзор (обзор на заданную глубину ряда конкретных тем, интересующих заказчика).
24. Методы анализа эффективности рекламных и информационных материалов.
25. Общий алгоритм медиапланирования.
26. Медиапланирование на телевидении.
27. Ключевые аспекты эффективности телекоммуникации.
28. Медиапланирование на радио.
29. Ключевые критерии эффективности радиокоммуникации.
30. Специфика радиослушания в мире и в России.
31. Тематическая и географическая специализация каналов.
32. Возрастная и гендерная, стилевая специализация.
33. Медиапланирование в прессе.
34. Ключевые критерии эффективности коммуникации посредством прессы.
35. Типология прессы глазами медиапланера.
36. Медиапланирование в Интернете.
37. Интернет как канал коммуникации.
38. Уникальные особенности медиапланирования в Интернете.
39. Эффективность размещения информации в Интернет.
40. Медиапланирование наружной рекламы.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Контрольные вопросы для промежуточной формы контроля (зачет)

1. Эффективность коммуникации – вариативность критериев (рациональное принятие аргументов (по Лассуэлу)
2. Восприятие, внимание к сообщению, спровоцированное действие и д.р.).
3. Эффективность и рентабельность.
4. Эффективность рекламного сообщения как частный случай коммуникации.
5. Предмет и объект медиапланирования.
6. Процесс медиапланирования – выбор средства (канала), сообщения, места, времени, размера, частоты размещения информации и в рамках выделенного на создание и размещение бюджета.
7. Основное противоречие медиапланирования, «лебедь, рак и щука» – частота, охват и бюджет.
8. Понятие эффективной частоты.
9. Привязка эффективной частоты к типу информационных материалов (новость, аналитика, реклама).
10. Различные концепции эффективной (достаточной) частоты: концепция «единой панели» и «частоты 3+».
11. Нелинейный характер роста эффективности в зависимости от роста частот контактов. Модели S-образной кривой, модель Мак-Дональда (С-образной кривой), модель Сиссорса.
12. Охват: единицы измерения и методика подсчета, «идеальный охват» и «ядро» целевой аудитории.
13. Взаимосвязь охвата и рейтинга, единицы измерения рейтинга и методика подсчета.
14. Фокус охвата и паттерн охвата.
15. Экспоненциальный рост удельной стоимости контакта при увеличении охвата выше фокусного значения.
16. Суммирование охвата различных каналов.
17. Сроки (от нескольких часов до десятков дней – в зависимости от канала) и периоды охвата (ежедневный, недельный, месячный, квартальный и годовой).
18. Интенсивность медиавоздействия.
19. Расчет оптимальной интенсивности.
20. Паузы и затухание эффекта медиавоздейтсвия.
21. Импульсная, ударная, сезонная, непрерывная форма медиавоздействия.
22. Виды материалов и основания для сегментирования.
23. Эффективная длительность рекламного контакта и факторы, влияющие на нее (синергия, наложение, аберрация, затухание, аккумуляция, шум), длительность информационного воздействия.
24. Расходы на составление медиаплана – совокупность технических затрат (стоимость оборудования и программного обеспечения), стоимости медиаисследований и оплаты труда специалистов.
25. Порядок расчета бюджета в медиапланировании, «открытый» и «закрытый» бюджет.
26. Виды медиаисследований.
27. Использование в медиапланировании готовых данных.
28. Самостоятельная подготовка данных.
29. Мониторинг как инструмент анализа информационных потоков, медиасреды в целом и отдельных каналов.

30. Понятие мониторинга: мониторинг как область научных исследования, как технология и как функция информационного обеспечения управленческой деятельности.
31. Мониторинг как средство обеспечения эффективного функционирования системы прогнозирования (через систематический, специально организованный опрос экспертов).
32. Классификация существующих систем мониторинга.
33. Классификация по области применения (экология, биология, экономика, коммуникации и др).
34. Классификация по средствам проведения мониторинга (дистанционный, инструментальный. педагогический, психологический, социологический, статистический).
35. Классификация по способам сбора информации (субъективно-непосредственный – в процессе возможно непосредственное описание объекта, субъективно-опосредованный – в процессе осуществляется измерение количественных, численных параметров объекта, объективно-непосредственный – измерение параметров объекта с использованием системы разработанных, общепринятых, и научно-обоснованных критериев, объективно-опосредованный – измерение нечетких, качественных параметров объекта через систему косвенных критериев и показателей.
36. Классификация по ориентации на конечного пользователя (как по количеству представленных данных, так и по возможности их интерпретации (общедоступные, экспертные, целевые).
37. Классификация по масштабу задач (тактический – ориентированный на реагирование и контроль системы, стратегический – ориентированный на изменение свойств системы, ее развитие).
38. Классификация по особенностям объекта (объекты по статичным характеристикам: простые, сложные, комплексные, по динамическим характеристикам.
39. Ценность мониторинга с точки зрения пользователя – возможность построения прогноза развития объекта мониторинга (при условии отсутствия флуктуационных отклонений и иных форс-мажорных обстоятельств).
40. Общие принципы мониторинга: целостность, оперативность, приоритет управления, соответствия целей мониторинга средствам его организации, нацеленность на прогноз, непротиворечивость, разнообразие.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете

Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения студентом учебной программы по дисциплине или ее части, выполнения практических, контрольных, реферативных работ.

Результат сдачи зачета по прослушанному курсу должны оцениваться как итог деятельности студента в семестре, а именно - по посещаемости лекций, результатам работы на практических занятиях, выполнения самостоятельной работы. При этом допускается на очной форме обучения пропуск не более 20% занятий, с обязательной отработкой пропущенных семинаров. Студенты, у которых количество пропусков, превышает установленную норму, не выполнившие все виды работ и неудовлетворительно работавшие в течение семестра, проходят собеседование с преподавателем, который опрашивает студента на предмет выявления знания основных положений дисциплины.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено»: студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, допускает незначительные ошибки; студент умеет правильно объяснять материал, иллюстрируя его примерами.

- оценка «не зачтено»: материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры, довольно ограниченный объем знаний программного материала.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.
– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;
– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;
– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:
– в печатной форме увеличенным шрифтом,
– в форме электронного документа.
Для лиц с нарушениями слуха:
– в печатной форме,
– в форме электронного документа.
Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
– в печатной форме,
– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М.: Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Бузин, В. Н. Медиапланирование: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 492 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114785&sr=1.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями

здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.3. Периодические издания:

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика – URL:http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: http://search.rsl.ru/en/record/01008481880

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru)
2. Портал открытых данных Российской Федерерации https://data.gov.ru
3. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ https://rosmintrud.ru/opendata
4. База данных Научной электронный библиотеки eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/
5. База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН http://www2.viniti.ru/
6. Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных www.rusnano.com

Базы данных и аналитические публикации «Университетская информационная система РОССИЯ» https://uisrussia.msu.ru/

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета и экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2016

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов). Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня. В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя, студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.
- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.
- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.
- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

Студент может: сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;
- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;
- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;
- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;
- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, подготовка презентаций. Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Методические указания, рекомендации и требования по подготовке реферата.

Реферат (Р) – письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца), краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников

Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по

рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос - что содержится в данной публикации (публикациях). В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

К основным функциям реферата следует отнести: информативную (ознакомительную); поисковую; справочную; сигнальную; индикативную; адресную коммуникативную. Степень выполнения этих функций зависит от содержательных и формальных качеств реферата, а также от того, кто и для каких целей их использует.

Требования к языку реферата: он должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.

Структура реферата:

Титульный лист. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература.

Общие требования к тексту. Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность - смысловую законченность текста.

План реферата. Изложение материала в тексте должно подчиняться определенному плану – мыслительной схеме, позволяющей контролировать порядок расположения частей текста.

Требования к введению. Введение – начальная часть текста. Оно имеет своей целью сориентировать читателя в дальнейшем изложении. Во введении аргументируется актуальность исследования, – т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками; перечисляются положения, которые должны быть обоснованы. Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных, уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения - в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся

существа обсуждаемого вопроса. Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать, и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Установка на диалог позволит избежать некритического заимствования материала из чужих трудов - компиляции. Изложение материала основной части подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты.

Заключение – последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части. В них должен подводиться итог проделанной работы.

Список использованной литературы. Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата. Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

– знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей;

– характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов);

– степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);

– качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов).

Использование литературных источников. Культура письменного изложения материала. Культура оформления материалов работы.

Объективность оценки предусматривает отражение как положительных, так и отрицательных сторон работы. Рецензент оценивает работу по традиционной 10-балльной шкале, могут быть отдельно оценены разные компоненты работы, однако завершается отзыв рецензента одной итоговой оценкой.

Изучение дисциплины «Медиапланирование» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся: - чтение и конспектирование рекомендованной литературы; - проведение практических занятий.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями

здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

8.1 Перечень информационных технологий

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионныйдоговор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионныйдоговор №73–АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. 1. ЭБС Издательства «Лань» http://e.lanbook.com/ ООО Издательство «Лань» Договор № 77/2015 от 11 ноября 2015 г.
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 2611/2015 от 26 ноября 2015г.
3. ЭБС BOOK.ru http://www.book.ru/ ООО «КноРус медиа» Договор № 2311/2015 от 23 ноября 2015 г.
4. ЭБС «Юрайт» http://www.biblio-online.ru ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор № 1401/2016 от 14 января 2016 г.
5. ЭБС Издательства «Лань» http://e.lanbook.com/ ООО Издательство «Лань» Договор № 288 от 30 ноября 2016 г.
6. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 3011/2016/1 от 30 ноября 2016г.
7. ЭБС «Юрайт» http://www.biblio-online.ru ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор № 3011/2016 от 30 ноября 2016 г.

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность

1.	Семинарские занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402, 410)
2.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
4.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)