

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Кафедра социологии и рекламных коммуникаций

## Медиапланирование

Рабочая программа учебной дисциплины «Медиапланирование» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 7 от 27.03.2025 г.

Заведующий кафедрой: А.А. Комарова

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ**

Учебная дисциплина «Медиапланирование» изучается в шестом семестре.  
Курсовая работа – не предусмотрена.

### **1.1. Форма промежуточной аттестации:**

зачет шестом семестре.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к факультативным.

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики, преддипломной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

## **2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Целями освоения дисциплины «Медиапланирование» являются:

- организация и проведение маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;
- обработка и интерпретация результатов маркетинговых исследований с применением современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий;
- обоснование коммуникационных целей, миссии и стратегии для разработки концепции продвижения продукта/услуги;
- разработка плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию;
- создание текстов рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- создание информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

| Код и наименование компетенции                                                                                          | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                         | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-3<br>Способен к развитию сервисной деятельности в соответствии с изменениями конъюнктуры рынка и спроса потребителей | ИД-ПК-3.1<br>Использование принципов и методов формирования и совершенствования системы клиентских отношений с учетом требований потребителя | Планирует и проводит маркетинговые исследования, интерпретирует их результаты, разрабатывает практически значимые рекомендации<br>Использует результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний, реализует типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта<br>Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде<br>Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта |
|                                                                                                                         | ИД-ПК-3.2<br>Использование основных положений теорий развития бизнеса                                                                        | Организует и проводит маркетинговых исследований, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта<br>Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в коммерческой сфере<br>Обосновывает коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услуги<br>Разрабатывает план коммуникационных мероприятий и определяет размер расходов на их реализацию                                                         |

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|                             |   |      |    |      |
|-----------------------------|---|------|----|------|
| по очной форме обучения –   | 2 | з.е. | 64 | час. |
| по заочной форме обучения – | 2 | з.е. | 64 | час. |

|                                  |   |      |    |      |
|----------------------------------|---|------|----|------|
| по очно-заочной форме обучения – | 2 | з.е. | 64 | час. |
|----------------------------------|---|------|----|------|

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий  
(очная форма обучения)

| Структура и объем дисциплины  |                                |            |                                   |                           |                           |                              |                                          |                                          |                               |
|-------------------------------|--------------------------------|------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------|
| Объем дисциплины по семестрам | форма промежуточной аттестации | всего, час | Контактная аудиторная работа, час |                           |                           |                              | Самостоятельная работа обучающегося, час |                                          |                               |
|                               |                                |            | лекции, час                       | практические занятия, час | лабораторные занятия, час | практическая подготовка, час | курсовая работа                          | самостоятельная работа обучающегося, час | промежуточная аттестация, час |
| 6 семестр                     | зачет                          | 64         | 20                                | 20                        |                           |                              |                                          | 24                                       |                               |
| Всего:                        |                                | 64         | 20                                | 20                        |                           |                              |                                          | 24                                       |                               |

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий  
(заочная форма обучения)

| Структура и объем дисциплины  |                                |            |                                   |                           |                           |                              |                                          |                                          |                               |
|-------------------------------|--------------------------------|------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------|
| Объем дисциплины по семестрам | форма промежуточной аттестации | всего, час | Контактная аудиторная работа, час |                           |                           |                              | Самостоятельная работа обучающегося, час |                                          |                               |
|                               |                                |            | лекции, час                       | практические занятия, час | лабораторные занятия, час | практическая подготовка, час | курсовая работа                          | самостоятельная работа обучающегося, час | промежуточная аттестация, час |
| 6 семестр                     | зачет                          | 64         | 20                                | 20                        |                           |                              |                                          | 24                                       |                               |
| Всего:                        |                                | 64         | 20                                | 20                        |                           |                              |                                          | 24                                       |                               |

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий  
(очно-заочная форма обучения)

| Структура и объем дисциплины  |                                |            |                                   |                           |                           |                              |                                          |                                          |                               |
|-------------------------------|--------------------------------|------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------|
| Объем дисциплины по семестрам | форма промежуточной аттестации | всего, час | Контактная аудиторная работа, час |                           |                           |                              | Самостоятельная работа обучающегося, час |                                          |                               |
|                               |                                |            | лекции, час                       | практические занятия, час | лабораторные занятия, час | практическая подготовка, час | курсовая работа                          | самостоятельная работа обучающегося, час | промежуточная аттестация, час |
| 6 семестр                     | зачет                          | 64         | 4                                 | 4                         |                           |                              |                                          | 52                                       | 4                             |
| Всего:                        |                                | 64         | 4                                 | 4                         |                           |                              |                                          | 52                                       | 4                             |

## 3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты<br>освоения:<br>код(ы)<br>формируемой(ых)<br>компетенции(й) и<br>индикаторов<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем;<br>форма(ы) промежуточной аттестации                                           | Виды учебной работы |                              |                                                           |                                 | Самостоятельная<br>работа, час | Виды и формы контрольных<br>мероприятий, обеспечивающие по<br>совокупности текущий контроль<br>успеваемости;<br>формы промежуточного контроля<br>успеваемости |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                         |                                                                                                            | Контактная работа   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         |                                                                                                            | Лекции, час         | Практические<br>занятия, час | Лабораторные<br>работы/<br>индивидуальные<br>занятия, час | Практическая<br>подготовка, час |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Шестой семестр                                                                                             |                     |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
| ПК-3<br>ИД-ПК-3.1<br>ИД-ПК-3.2                                                                                                                          | Раздел I. Категориальный базис медиапланирования                                                           | 10                  | 10                           |                                                           |                                 | 10                             | Формы текущего контроля<br>по разделу I:<br>Реферат<br>Ситуационное задание<br>Кейс<br>Задача                                                                 |
|                                                                                                                                                         | Тема 1.1<br>Основные понятия и категории медиапланирования. Задачи<br>медиапланирования.                   | 4                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 1.2<br>Средства массовой информации (СМИ) и носители<br>рекламы.                                      | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 1.3<br>Медиапланирование и его роль в рекламной кампании.                                             | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 1.4<br>Использование основных медиаканалов рекламы.                                                   | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 1.1<br>Основные понятия и категории медиапланирования. Задачи<br>медиапланирования. |                     | 2                            |                                                           |                                 | 2                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 1.2<br>Средства массовой информации (СМИ) и носители<br>рекламы.                    |                     | 2                            |                                                           |                                 | 2                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 1.3<br>Медиапланирование и его роль в рекламной кампании.                           |                     | 2                            |                                                           |                                 | 2                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 1.4<br>Использование основных медиаканалов рекламы.                                 |                     | 4                            |                                                           |                                 | 4                              |                                                                                                                                                               |
| ПК-3<br>ИД-ПК-3.1<br>ИД-ПК-3.2                                                                                                                          | Раздел II. Организация работ по медиапланированию                                                          | 8                   | 8                            |                                                           |                                 | 10                             | Формы текущего контроля<br>по разделу II:<br>Творческое задание<br>Тест<br>Ситуационное задание                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 2.1<br>Основные показатели медиапланирования и порядок их<br>определения.                             | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 2.2                                                                                                   | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты<br>освоения:<br>код(ы)<br>формируемой(ых)<br>компетенции(й) и<br>индикаторов<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем;<br>форма(ы) промежуточной аттестации                                       | Виды учебной работы |                              |                                                           |                                 | Самостоятельная<br>работа, час | Виды и формы контрольных<br>мероприятий, обеспечивающие по<br>совокупности текущий контроль<br>успеваемости;<br>формы промежуточного контроля<br>успеваемости |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                         |                                                                                                        | Контактная работа   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         |                                                                                                        | Лекции, час         | Практические<br>занятия, час | Лабораторные<br>работы/<br>индивидуальные<br>занятия, час | Практическая<br>подготовка, час |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Стратегия и тактика медиапланирования.                                                                 |                     |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 2.3<br>Организация работ по медиапланированию.                                                    | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 2.4<br>Оценка и контроль эффективности медиаплана.                                                | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 2.1<br>Основные показатели медиапланирования и порядок их<br>определения.       |                     | 2                            |                                                           |                                 | 10                             |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 2.2<br>Стратегия и тактика медиапланирования.                                   |                     | 2                            |                                                           |                                 | 10                             |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 2.3<br>Организация работ по медиапланированию.                                  |                     | 2                            |                                                           |                                 | 10                             |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 2.4<br>Оценка и контроль эффективности медиаплана.                              |                     | 2                            |                                                           |                                 | 10                             |                                                                                                                                                               |
| ПК-3<br>ИД-ПК-3.1<br>ИД-ПК-3.2                                                                                                                          | <b>Раздел III. Медиаисследования в медиапланировании</b>                                               | 2                   | 2                            |                                                           |                                 | 4                              | Формы текущего контроля<br>по разделу III:<br>Собеседование<br>Доклад<br>Ситуационное задание                                                                 |
|                                                                                                                                                         | Тема 3.1<br>Медиаисследования и использование их результатов в<br>медиапланировании.                   | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 3.1<br>Медиаисследования и использование их результатов в<br>медиапланировании. |                     | 2                            |                                                           |                                 | 4                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | ЗАЧЕТ                                                                                                  |                     |                              |                                                           |                                 | 24                             |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | <b>ИТОГО за шестой семестр</b>                                                                         | 20                  | 20                           |                                                           |                                 | 24                             |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | <b>ИТОГО за весь период</b>                                                                            | <b>20</b>           | <b>20</b>                    |                                                           |                                 | <b>24</b>                      |                                                                                                                                                               |

3.3. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (заочная форма обучения)

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты<br>освоения:<br>код(ы)<br>формируемой(ых)<br>компетенции(й) и<br>индикаторов<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем;<br>форма(ы) промежуточной аттестации                                           | Виды учебной работы |                              |                                                           |                                 | Самостоятельная<br>работа, час | Виды и формы контрольных<br>мероприятий, обеспечивающие по<br>совокупности текущий контроль<br>успеваемости;<br>формы промежуточного контроля<br>успеваемости |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                         |                                                                                                            | Контактная работа   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         |                                                                                                            | Лекции, час         | Практические<br>занятия, час | Лабораторные<br>работы/<br>индивидуальные<br>занятия, час | Практическая<br>подготовка, час |                                |                                                                                                                                                               |
| Шестой семестр                                                                                                                                          |                                                                                                            |                     |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
| ПК-3<br>ИД-ПК-3.1<br>ИД-ПК-3.2                                                                                                                          | Раздел I. Категориальный базис медиапланирования                                                           | 2                   | 2                            |                                                           |                                 | 20                             | Формы текущего контроля<br>по разделу I:<br>Реферат<br>Ситуационное задание<br>Кейс<br>Задача                                                                 |
|                                                                                                                                                         | Тема 1.1<br>Основные понятия и категории медиапланирования. Задачи<br>медиапланирования.                   | 0,5                 |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 1.2<br>Средства массовой информации (СМИ) и носители<br>рекламы.                                      | 0,5                 |                              |                                                           |                                 | 5                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 1.3<br>Медиапланирование и его роль в рекламной кампании.                                             | 0,5                 |                              |                                                           |                                 | 5                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 1.4<br>Использование основных медиаканалов рекламы.                                                   | 0,5                 |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 1.1<br>Основные понятия и категории медиапланирования. Задачи<br>медиапланирования. |                     | 0,5                          |                                                           |                                 | 5                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 1.2<br>Средства массовой информации (СМИ) и носители<br>рекламы.                    |                     | 0,5                          |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 1.3<br>Медиапланирование и его роль в рекламной кампании.                           |                     | 0,5                          |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 1.4<br>Использование основных медиаканалов рекламы.                                 |                     | 0,5                          |                                                           |                                 | 5                              |                                                                                                                                                               |
| ПК-3                                                                                                                                                    | Раздел II. Организация работ по медиапланированию                                                          | 2                   | 2                            |                                                           |                                 | 22                             | Формы текущего контроля                                                                                                                                       |

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты<br>освоения:<br>код(ы)<br>формируемой(ых)<br>компетенции(й) и<br>индикаторов<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем;<br>форма(ы) промежуточной аттестации                                 | Виды учебной работы |                              |                                                           |                                 | Самостоятельная<br>работа, час | Виды и формы контрольных<br>мероприятий, обеспечивающие по<br>совокупности текущий контроль<br>успеваемости;<br>формы промежуточного контроля<br>успеваемости |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                         |                                                                                                  | Контактная работа   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         |                                                                                                  | Лекции, час         | Практические<br>занятия, час | Лабораторные<br>работы/<br>индивидуальные<br>занятия, час | Практическая<br>подготовка, час |                                |                                                                                                                                                               |
| ИД-ПК-3.1<br>ИД-ПК-3.2                                                                                                                                  | Тема 2.1<br>Основные показатели медиапланирования и порядок их<br>определения.                   | 0,5                 |                              |                                                           |                                 |                                | по разделу II:<br>Творческое задание<br>Тест<br>Ситуационное задание                                                                                          |
|                                                                                                                                                         | Тема 2.2<br>Стратегия и тактика медиапланирования.                                               | 0,5                 |                              |                                                           |                                 | 5                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 2.3<br>Организация работ по медиапланированию.                                              | 0,5                 |                              |                                                           |                                 | 5                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 2.4<br>Оценка и контроль эффективности медиаплана.                                          | 0,5                 |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 2.1<br>Основные показатели медиапланирования и порядок их<br>определения. |                     | 0,5                          |                                                           |                                 | 5                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 2.2<br>Стратегия и тактика медиапланирования.                             |                     | 0,5                          |                                                           |                                 | 2                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 2.3<br>Организация работ по медиапланированию.                            |                     | 0,5                          |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 2.4<br>Оценка и контроль эффективности медиаплана.                        |                     | 0,5                          |                                                           |                                 | 5                              |                                                                                                                                                               |
| ПК-3                                                                                                                                                    | <b>Раздел III. Медиаисследования в медиапланировании</b>                                         |                     |                              |                                                           |                                 | 10                             | Формы текущего контроля<br>по разделу III:<br>Собеседование<br>Доклад<br>Ситуационное задание                                                                 |
| ИД-ПК-3.1                                                                                                                                               | Тема 3.1                                                                                         |                     |                              |                                                           |                                 | 5                              |                                                                                                                                                               |
| ИД-ПК-3.2                                                                                                                                               | Медиаисследования и использование их результатов в<br>медиапланировании.                         |                     |                              |                                                           |                                 | 5                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | ЗАЧЕТ                                                                                            |                     |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |



| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты<br>освоения:<br>код(ы)<br>формируемой(ых)<br>компетенции(й) и<br>индикаторов<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем;<br>форма(ы) промежуточной аттестации | Виды учебной работы |                              |                                                           |                                 | Самостоятельная<br>работа, час | Виды и формы контрольных<br>мероприятий, обеспечивающие по<br>совокупности текущий контроль<br>успеваемости;<br>формы промежуточного контроля<br>успеваемости |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                         |                                                                  | Контактная работа   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         |                                                                  | Лекции, час         | Практические<br>занятия, час | Лабораторные<br>работы/<br>индивидуальные<br>занятия, час | Практическая<br>подготовка, час |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | ИТОГО за шестой семестр                                          | 4                   | 4                            |                                                           |                                 | 52                             |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | ИТОГО за весь период                                             | 4                   | 4                            |                                                           |                                 | 52                             |                                                                                                                                                               |

### 3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очно-заочная форма обучения)

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты<br>освоения:<br>код(ы)<br>формируемой(ых)<br>компетенции(й) и<br>индикаторов<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем;<br>форма(ы) промежуточной аттестации                      | Виды учебной работы |                              |                                                           |                                 | Самостоятельная<br>работа, час | Виды и формы контрольных<br>мероприятий, обеспечивающие по<br>совокупности текущий контроль<br>успеваемости;<br>формы промежуточного контроля<br>успеваемости |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                         |                                                                                       | Контактная работа   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         |                                                                                       | Лекции, час         | Практические<br>занятия, час | Лабораторные<br>работы/<br>индивидуальные<br>занятия, час | Практическая<br>подготовка, час |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Шестой семестр                                                                        |                     |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
| ПК-3<br>ИД-ПК-3.1<br>ИД-ПК-3.2                                                                                                                          | Раздел I. Категориальный базис медиапланирования                                      | 10                  | 10                           |                                                           |                                 | 10                             | Формы текущего контроля<br>по разделу I:<br>Реферат<br>Ситуационное задание<br>Кейс<br>Задача                                                                 |
|                                                                                                                                                         | Тема 1.1                                                                              | 4                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 1.2<br>Основные понятия и категории медиапланирования. Задачи медиапланирования. | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 1.3<br>Средства массовой информации (СМИ) и носители рекламы.                    | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 1.3<br>Медиапланирование и его роль в рекламной кампании.                        | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты<br>освоения:<br>код(ы)<br>формируемой(ых)<br>компетенции(й) и<br>индикаторов<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем;<br>форма(ы) промежуточной аттестации                                        | Виды учебной работы |                              |                                                           |                                 | Самостоятельная<br>работа, час | Виды и формы контрольных<br>мероприятий, обеспечивающие по<br>совокупности текущий контроль<br>успеваемости;<br>формы промежуточного контроля<br>успеваемости |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                         |                                                                                                         | Контактная работа   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         |                                                                                                         | Лекции, час         | Практические<br>занятия, час | Лабораторные<br>работы/<br>индивидуальные<br>занятия, час | Практическая<br>подготовка, час |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 1.4<br>Использование основных медиаканалов рекламы.                                                | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 1.1<br>Основные понятия и категории медиапланирования. Задачи медиапланирования. |                     | 2                            |                                                           |                                 | 2                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 1.2<br>Средства массовой информации (СМИ) и носители рекламы.                    |                     | 2                            |                                                           |                                 | 2                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 1.3<br>Медиапланирование и его роль в рекламной кампании.                        |                     | 2                            |                                                           |                                 | 2                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 1.4<br>Использование основных медиаканалов рекламы.                              |                     | 4                            |                                                           |                                 | 4                              |                                                                                                                                                               |
| ПК-3<br>ИД-ПК-3.1<br>ИД-ПК-3.2                                                                                                                          | <b>Раздел II. Организация работ по медиапланированию</b>                                                | 8                   | 8                            |                                                           |                                 | 10                             | Формы текущего контроля<br>по разделу II:<br>Творческое задание<br>Тест<br>Ситуационное задание                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 2.1<br>Основные показатели медиапланирования и порядок их определения.                             | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 2.2<br>Стратегия и тактика медиапланирования.                                                      | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 2.3<br>Организация работ по медиапланированию.                                                     | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Тема 2.4<br>Оценка и контроль эффективности медиаплана.                                                 | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 2.1<br>Основные показатели медиапланирования и порядок их определения.           |                     | 2                            |                                                           |                                 | 10                             |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 2.2                                                                              |                     | 2                            |                                                           |                                 | 10                             |                                                                                                                                                               |

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты<br>освоения:<br>код(ы)<br>формируемой(ых)<br>компетенции(й) и<br>индикаторов<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем;<br>форма(ы) промежуточной аттестации                                       | Виды учебной работы |                              |                                                           |                                 | Самостоятельная<br>работа, час | Виды и формы контрольных<br>мероприятий, обеспечивающие по<br>совокупности текущий контроль<br>успеваемости;<br>формы промежуточного контроля<br>успеваемости |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                         |                                                                                                        | Контактная работа   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         |                                                                                                        | Лекции, час         | Практические<br>занятия, час | Лабораторные<br>работы/<br>индивидуальные<br>занятия, час | Практическая<br>подготовка, час |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Стратегия и тактика медиапланирования.                                                                 |                     |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 2.3<br>Организация работ по медиапланированию.                                  |                     | 2                            |                                                           |                                 | 10                             |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 2.4<br>Оценка и контроль эффективности медиаплана.                              |                     | 2                            |                                                           |                                 | 10                             |                                                                                                                                                               |
| ПК-3<br>ИД-ПК-3.1<br>ИД-ПК-3.2                                                                                                                          | <b>Раздел III. Медиаисследования в медиапланировании</b>                                               | 2                   | 2                            |                                                           |                                 | 4                              | Формы текущего контроля<br>по разделу III:<br>Собеседование<br>Доклад<br>Ситуационное задание                                                                 |
|                                                                                                                                                         | Тема 3.1<br>Медиаисследования и использование их результатов в<br>медиапланировании.                   | 2                   |                              |                                                           |                                 |                                |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | Практическое занятие № 3.1<br>Медиаисследования и использование их результатов в<br>медиапланировании. |                     | 2                            |                                                           |                                 | 4                              |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | ЗАЧЕТ                                                                                                  |                     |                              |                                                           |                                 | 24                             |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | <b>ИТОГО за шестой семестр</b>                                                                         | 20                  | 20                           |                                                           |                                 | 24                             |                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                         | <b>ИТОГО за весь период</b>                                                                            | <b>20</b>           | <b>20</b>                    |                                                           |                                 | <b>24</b>                      |                                                                                                                                                               |

## 3.2. Краткое содержание учебной дисциплины

| № пп             | Наименование раздела и темы дисциплины                                    | Содержание раздела (темы)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Раздел I</b>  | <b>Категориальный базис медиапланирования</b>                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Тема 1.1         | Основные понятия и категории медиапланирования. Задачи медиапланирования. | История становления медиапланирования.<br>Цели и задачи медиапланирования.<br>Функции специалиста по медиапланированию.<br>Профессиональные требования к специалисту по медиапланированию.<br>Основные этапы процесса медиапланирования.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Тема 1.2         | Средства массовой информации (СМИ) и носители рекламы.                    | Выбор основных и вспомогательных средств рекламы в зависимости от степени охвата рекламной кампании (локальная, региональная, национальная). Количественный и качественный критерии выбора между различными категориями средств распространения рекламы. Методы выбора между различными носителями рекламы (прямого совмещения и демографического сопоставления). Качественные оценки различных носителей рекламы. Выбор средств массовой информации в зависимости от цели рекламной коммуникации.<br>Стратегия рекламы в средствах массовой информации: планирование бюджета. Общие принципы определения рекламного бюджета. Тактика работы со СМИ: распределение рекламных бюджетов между носителями рекламы. |
| Тема 1.3         | Медиапланирование и его роль в рекламной кампании.                        | Медиапланирование как неотъемлемая часть рекламной кампании. Цели и задачи медиапланирования как составляющей рекламной кампании.<br>Понятие «рекламная кампания». Цели и задачи рекламной кампании (коммуникационные, экономические).<br>Классификация рекламных кампаний. Этапы рекламной кампании.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Тема 1.4         | Использование основных медиаканалов рекламы.                              | Основные принципы выбора медиасредств. Креатив при выборе медиасредств. Соответствие целевой аудитории. Основные параметры характеристики медиасредств: таргетированность, охват, скорость аккумуляции аудитории, ситуация предъявления, степень доверия и уровень внимания.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Раздел II</b> | <b>Организация работ по медиапланированию</b>                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Тема 2.1         | Основные показатели медиапланирования и порядок их определения.           | Рейтинг как базовый показатель в медиапланировании. Рейтинг: общий, целевой и долевой. Показатели cover для периодической печати и showing для наружной рекламы как варианты рейтинговых показателей.<br>Индексы соответствия (профильность медианосителя). Affinity.<br>Финансовые показатели, характеризующие эффективность медианосителя (CPT/CPM, CPP).<br>Совокупный рейтинг (накопленная аудитория).<br>GRP/TRP как главный оценочный показатель при планировании коммуникаций.<br>Охват целевой аудитории (Reach, Cover).<br>Частота (Frequency) как важнейший параметр эффективности коммуникационного воздействия, характеризующий возможность достижения поставленной цели.                           |

|                                                         |                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Тема 2.2                                                | Стратегия и тактика медиапланирования.                                | Понятие медиастратегии, ее основные составляющие. Стратегии эффективной частоты. Стратегия «последнего контакта» (гесенсу). Стратегия и тактика рекламной кампании. Годовое планирование рекламных кампаний. Бюджет рекламной кампании (метод Пекхэма, метод Шроера, остаточный принцип, процент от оборота или прибыли, метод конкурентного паритета). Составляющие стоимости рекламной кампании. Возможные скидки. |
| Тема 2.3                                                | Организация работ по медиапланированию.                               | Факторы, влияющие на размер бюджета. Подходы к определению затрат. Методики определения бюджета. Медиаплан. Календарный план-график. Виды медиапланов: годовой, события-даты-сезоны, рекламной кампании, итоговый КПП рекламных кампаний. КПП для радио, КПП для ТВ, КПП для щитов. Структура каждого вида медиаплана. Бюджет рекламной кампании.                                                                    |
| Тема 2.4                                                | Оценка и контроль эффективности медиаплана.                           | Критерии эффективности. Уровни влияния рекламы. Методы исследования эффективности. Тестирование рекламы. Отношение к рекламе в целом. Понимание основной идеи рекламы, пересказ содержания. Чувства по отношению к товару. Влияние рекламы на поведение потребителя.                                                                                                                                                 |
| <b>Раздел III Медиаисследования в медиапланировании</b> |                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Тема 3.1                                                | Медиаисследования и использование их результатов в медиапланировании. | Исследования аудитории СМИ и их параметры. История становления медиаисследований и их значение. Основные организации, ведущие медиаисследования. Рекламные агентства в современном медиапространстве. Виды рекламных агентств. Важнейшие параметры медиаисследований.                                                                                                                                                |

### 3.3. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям и практическим занятиям;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- написание тематических докладов и рефератов на проблемные темы;

- участие студентов в составлении тестов;
- подготовка к собеседованию;
- выполнение ситуативных заданий и кейсов;
- выполнение творческих заданий;
- решение задач;
- проведение исследовательских работ;
- подготовка к контрольной работе;
- выполнение курсовых работ;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по курсовой работе;
- проведение консультаций перед экзаменом;
- проведение ежемесячных мастер-классов практиками медиарынка;
- индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

#### 3.4. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

| использование<br>ЭО и ДОТ | использование ЭО и ДОТ | объем,<br>час | включение в учебный<br>процесс                     |
|---------------------------|------------------------|---------------|----------------------------------------------------|
| смешанное<br>обучение     | лекции                 |               | в соответствии с<br>расписанием учебных<br>занятий |
|                           | практические занятия   |               |                                                    |

#### 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

##### 4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

| Уровни сформированности компетенции(-й) | Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Показатели уровня сформированности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                         |                                                                                                     |                                                                                 | профессиональной(-ых) компетенции(-й)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                         |                                                                                                     |                                                                                 | ПК-3<br>ИД-ПК-3.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | ПК-3<br>ИД-ПК-3.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ПК-3<br>ИД-ПК-3.2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| высокий                                 |                                                                                                     | отлично                                                                         | Обучающийся:<br>Планирует и проводит маркетинговые исследования, интерпретирует их результаты, разрабатывает практически значимые рекомендации<br>Использует результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний, реализует типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта<br>Организует и проводит маркетинговых исследований, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта<br>Применяет современные информационно-коммуникационных технологии, в том числе | Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в коммерческой сфере<br>Обосновывает коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услуги<br>Разрабатывает план коммуникационных мероприятий и определяет размер расходов на их реализацию | Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта<br>Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта<br>Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в офлайн и онлайн среде |

|            |  |                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------|--|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|            |  |                   | интернет-технологии для обработки и интерпретации результатов маркетинговых исследований                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| повышенный |  | хорошо            | <p>Планирует и проводит маркетинговые исследования, интерпретирует их результаты, но не может разработать практически значимые рекомендации</p> <p>Использует результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний, но затрудняется в реализации типовых алгоритмов проектов при создании коммуникационного продукта</p> <p>Организует и проводит маркетинговых исследований, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>Применяет современные информационно-коммуникационных технологии, в том числе интернет-технологии для обработки и интерпретации результатов маркетинговых исследований, но не в полном объеме</p> | <p>Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в коммерческой сфере</p> <p>Затрудняется обосновать коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услуги</p> <p>Разрабатывает план коммуникационных мероприятий, но не определяет размер расходов на их реализацию</p> | <p>Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью без учета специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Не может создать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в офлайн и онлайн среде</p> |
| базовый    |  | удовлетворительно | <p>Планирует и проводит маркетинговые исследования, интерпретирует их результаты,</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p>Разрабатывает индивидуальные, но не коллективные проекты в сфере</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>Осуществляет авторскую деятельность без учета специфики разных СМИ и</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |



|        |  |                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------|--|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        |  |                     | <p>но не может разработать практически значимые рекомендации</p> <p>Использует результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний, но затрудняется в реализации типовых алгоритмов проектов при создании коммуникационного продукта</p> <p>Организует и некачественно проводит маркетинговых исследований, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>Не применяет современные информационно-коммуникационных технологии, в том числе интернет-технологии для обработки и интерпретации результатов маркетинговых исследований</p>                                                                                                                                                                                         | <p>рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в коммерческой сфере</p> <p>Затрудняется обосновать коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услуги</p> <p>Разрабатывает план коммуникационных мероприятий, но не определяет размер расходов на их реализацию</p> | <p>других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью без учета специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Не может создать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в офлайн и онлайн среде</p> |
| низкий |  | неудовлетворительно | <p>Обучающийся:</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации</p> <p>Испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами</p> <p>Не способен проанализировать медиаканал и медианоситель, путается в особенностях применения различных медиа</p> <p>Не владеет принципами планирования и организации рекламной деятельности, что затрудняет определение медиаканалов и медианосителей</p> <p>Выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|  |  |  |                                                                                                                                        |
|--|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  | Ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы |
|--|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Медиапланирование» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

### 5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| № пп | Формы текущего контроля                                                       | Примеры типовых заданий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1    | Реферат по разделу/теме «Категориальный базис медиапланирования»              | <p>Темы рефератов</p> <p>Характеристика развития отдельных медиаканалов и медианосителей в России</p> <p>Роль медиапланирования в рекламной кампании.</p> <p>Задачи, функции медиапланирования.</p> <p>Медиаплан и его структура. Принципы оптимизации медиаплана.</p> <p>Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в PR и рекламной практике.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 2    | Ситуационное задание по разделу/теме «Категориальный базис медиапланирования» | <p>Ситуационное задание</p> <p>Подбор и использование средств распространения рекламы – самостоятельный и чрезвычайно важный вид профессиональной деятельности по разработке и проведению рекламной кампании.</p> <p>Выбор средств распространения рекламы требует ответа на несколько вопросов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- для реализации какой цели рекламы используются СМИ,</li> <li>- что собой представляет целевая аудитория и каковы ее медиапредпочтения,</li> <li>- как часто ЦА должна контактировать с рекламой.</li> </ul> <p>Средство рекламы - это способ представления рекламы с использованием какого-либо носителя или раздражителя для передачи информации в определенных форме и виде.</p> <p>Выбор канала распространения рекламы зависит от медиастратегии, в содержании которой аргументированы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> демографические характеристики людей, на которых направлена рекламная акция;</li> <li><input type="checkbox"/> обоснование выбора СМИ, отвечающих стратегическим требованиям;</li> <li><input type="checkbox"/> баланс между уровнем охвата (ЦА) и частотой рекламных показов;</li> <li><input type="checkbox"/> продолжительность РК.</li> </ul> |

| № пп | Формы текущего контроля                                              | Примеры типовых заданий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                      | <p>Средства рекламы служат для передачи рекламного обращения и способствуют достижению коммуникативных целей РК.</p> <p>Основное требование – это эффективность рекламного средства, которое способно передать содержание рекламного предложения в соответствии с поставленными целями коммуникации.</p> <p>Условие ситуационного задания</p> <p>В начале весенне-летнего сезона компания ООО «Наш Текстиль», выпускающая спецодежду, разработала новые модели брюк и курток, отличающихся высокой прочностью и удобствами при проведении сельскохозяйственных работ. Компания планирует продать 10 000 шт. костюмов. Стоимость костюма от 560 руб. до 3,5 тыс. руб. ООО «Наш Текстиль» владеет небольшой сетью собственных магазинов «Спецодежда» в Екатеринбурге (2 магазина) и области (1 магазин в городе Каменск-Уральский).</p> <p>Менеджеры компании хорошо понимают, что при успешной рекламной кампании и маркетинговых мероприятиях их товар мог бы пользоваться большой популярностью у разных слоев населения. Для того чтобы увеличить продажи, ООО «Наш Текстиль» готово потратить на рекламу около 280 тыс. рублей (Екатеринбург+ регионы).</p> <p>Задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основываясь на какие факторы, вы будете строить рекламную стратегию? Перечислите.</li> <li>2. Кто является целевой аудиторией рекламы спецодежды? Дайте характеристику.</li> <li>3. Каковы основные этапы вашей стратегии продвижения новой торговой сети?</li> <li>4. Какие средства маркетинговых коммуникаций вы выберете для продвижения спецодежды?</li> <li>5. Определите основные и вспомогательные средства рекламы. Обоснуйте выбор.</li> <li>6. Сделайте примерную разбивку бюджета для проведения рекламной кампании (формат «Excel»).</li> </ol> |
| 3    | <p>Кейс по разделу/теме «Категориальный базис медиапланирования»</p> | <p>Кейс 1</p> <p>Известны "вирусные атаки на известные бренды", сопровождаемые "непрофильным паразитированием". Типа N-я Яйцефабрика выпустила яйца под логотипом МТС, а ликеро-водочный завод - пиво и тоник под брендом Windows'99. Приведенные примеры демонстрируют как можно использовать лазейку в законодательстве: бренд, зарегистрированный только в одной товарной категории, можно использовать в других категориях без лицензионного договора.</p> <p>Вопрос. Как предотвратить вирусную атаку на бренд, спасти бренд от копирования?</p> <p>Кейс 2</p> <p>На примере организации, выбранной в кейсе 1, проведите стратегическое планирование рекламной кампании для любого товара/услуги по предложенному алгоритму:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ситуационный анализ. Сделайте вывод.</li> <li>2. Анализ конкурентов. Сделайте вывод.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

| № пп | Формы текущего контроля                                                     | Примеры типовых заданий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                             | 3. SWOT – анализ. Сделайте вывод.<br>4. Сформулируйте основную проблему, которую необходимо будет решить с помощью рекламной кампании (одно предложение).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 4    | Творческое задание по разделу/теме «Организация работ по медиапланированию» | Творческие задания<br>1. Разработать стратегию и тактику медиа для конкретного предприятия (выбирается самостоятельно).<br>2. Организовать работу по медиапланированию для конкретного предприятия (выбирается самостоятельно).<br>3. Разработать медиаплан для конкретного предприятия (выбирается самостоятельно).<br>4. Выберите реальную организацию для разработки рекламной кампании. Опишите ее по следующему плану: юридический статус предприятия; общая характеристика предприятия, история создания; основные направления деятельности предприятия.<br>5. Составьте медиа-карту СМИ, в которых будет размещена реклама вашей организации. Выбор обоснуйте расчетами медиапоказателей. Разработайте План-график рекламной кампании. Рассчитайте смету рекламной кампании. |
| 5    | Тест по разделу/теме «Организация работ по медиапланированию»               | Тестирование письменное<br>1. Комплексный процесс разработки медиаплана предприятия, который является составляющей медиаплана и предусматривает планирование, организацию и контроль работы с СМИ – это:<br>А) медиапланирование<br>Б) медиаканал<br>В) медианоситель<br>Г) рекламное воздействие<br>2. Совокупность типовых медианосителей, похожих между собой по способу донесения информации потребителям и способу их восприятия потребителями – это:<br>А) медиапланирование<br>Б) медиаканалы<br>В) медианосители<br>Г) рекламное воздействие<br>3. Конкретный представитель медиаканала, характеризующийся определенной аудиторией и определенными медиапоказателями – это:<br>А) медиапланирование                                                                         |

| № пп | Формы текущего контроля                                                       | Примеры типовых заданий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                               | <p>Б) медиаканал<br/> В) медианоситель<br/> Г) рекламное воздействие<br/> 4. Пресса, телевидение, радио, реклама на транспорте, реклама в кинотеатрах – это:<br/> А) медиаплан<br/> Б) медиаканалы<br/> В) медианосители<br/> Г) медиапоказатели<br/> 5. Газеты, журналы, справочники – это:<br/> А) медиаплан<br/> Б) медиаканалы<br/> В) медиапоказатели<br/> Г) медианосители</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 6    | Ситуационное задание по разделу/теме «Организация работ по медиапланированию» | <p>Ситуационное задание<br/> Предприятие «N+» (г.Екатеринбург), специализирующееся на изготовлении и установке натяжных потолков, в рамках сезонной рекламной кампании (апрель-май) планирует разместить рекламное сообщение о предстоящей акции и соответствующих скидках для населения г.Екатеринбурга и пригорода.<br/> Требования рекламодателя:<br/> 1. Вид СМИ: газета (приоритет), журналы (специализированные).<br/> 2. Информационно-рекламные издания; рекламные издания (12+).<br/> 3. География: Екатеринбург, Верхняя Пышма, Березовский, Арамиль, Патруши, Горный Щит.<br/> 4. Распространение: бесплатное – в каждый дом; промостойки.<br/> 5. Тираж: 10 000+<br/> 6. Позиционирование: 1-я полоса; последняя полоса; рубрики «Ремонт», «Все для ремонта», «Натяжные потолки».<br/> 7. Размеры модулей (в соответствии с общей концепцией рекламной кампании):<br/> 8. 1/3 полосы (вертикаль) 1/3 полосы (горизонталь) 1/2 полосы (горизонталь)<br/> 9. Цветность: полноцвет, 2 цвета.<br/> Задание</p> |

| № пп | Формы текущего контроля                                               | Примеры типовых заданий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                       | 1. Опишите целевую аудиторию.<br>2. Обоснуйте выбор каждого рекламоносителя.<br>3. Подготовьте медиа-обсчет для рекламодателя с учетом представленных требований и общим объемом рекламной кампании 950 тыс. рублей из них 420-480 тыс. рублей на печатные СМИ.<br>4. Для выполнения задания постройте таблицу в Excel.<br>5. Рассчитайте стоимость рекламного сообщения за тысячу контактов (CPT) для каждого печатного СМИ.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 7    | Задача по разделу/теме «Организация работ по медиапланированию»       | Задачи<br>1. Доля аудитории передачи телеканала «А» в пятницу в 20:00 составляет 30% (Share = 30%). Доля телезрителей в этот момент составляет 70% (HUT = 70%). Каков рейтинг программы?<br>2. Рейтинг передачи телеканала «Б» в субботу в 18:30 составляет 6% (Rating = 6%). Доля телезрителей в этот момент составляет 25% (Share = 25%). Какова доля всех телезрителей в этот момент?<br>3. Доля телезрителей в пятницу в 22:00 составляет 70% владельцев телевизоров (HUT - 70%). Рейтинг телеканала «В» в это время 15% (Rating = 15%). Какова доля «В» в это время?<br>4. За рекламную кампанию достигнут охват аудитории 50% (Reach (1+) = 50%). Средняя частота составила 4 (Frequency = 4). Каково значение GRP?<br>5. За рекламную кампанию набрано 420 GRP. Охват составляет 80% (Reach (1+) = 80%). Каково значение средней частоты? |
| 8    | Собеседование по разделу/теме «Медиаисследования в медиапланировании» | Вопросы для собеседования<br>1. Телевизионная реклама. Оценка телевидения как канала распространения рекламы<br>2. Реклама в прессе. Классификация прессы<br>3. Газеты. Оценка газет как канала распространения рекламы<br>4. Журналы. Оценка журналов как канала распространения рекламы<br>5. Реклама на транспорте<br>6. Реклама на радио. Оценка радио как канала распространения рекламы<br>7. Реклама в кино. Сравнение показателей запоминаемости<br>8. Интернет-реклама. Оценка интернета как канала распространения рекламы                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

| № пп | Формы текущего контроля                                                      | Примеры типовых заданий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                              | <p>9. Печатная реклама. Характеристика различных бумажных изданий как носителей рекламной информации</p> <p>10. Сувенирная реклама. Реклама на выставках и ярмарках</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 9    | Доклад по разделу/теме «Медиаисследования в медиапланировании»               | <p>Темы докладов</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Этапы разработки медиаплана (показатели, характеризующие медианоситель, аудиторию, воздействие носителя на аудиторию).</li> <li>2. Интернет как новый медиаканал комплексного продвижения товаров и услуг.</li> <li>3. Интернет-реклама в России и в мире: основные разновидности, современное состояние, тенденции развития.</li> <li>4. Исследовательские компании на рекламном рынке: традиционные и новые исследовательские продуктов и услуг.</li> <li>5. Коммуникации в местах продаж как вид маркетинговых коммуникаций: традиционные и инновационные технологии.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 10   | Ситуационное задание по разделу/теме «Медиаисследования в медиапланировании» | <p>Ситуационное задание</p> <p>Выбрать периодические издания (один журнал и одну газету) и проанализировать каждое издание по плану, представленному ниже.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. План анализа периодического издания (журнал / газета)</li> <li>2. Название.</li> <li>3. Тематическая направленность («специализация») того или иного периодического издания.</li> <li>4. Особенности читающей аудитории (характеристика). Тираж.</li> <li>5. Регион распространения.</li> <li>6. Периодичность издания.</li> <li>7. Условия реализации издания.</li> <li>8. Специфические объективные характеристики (цветность, особенности дизайна и т.п.).</li> <li>9. Сложившиеся параметры восприятия печатного СМИ (соблюдение этических норм, репутация издания, авторитет у ЦА).</li> <li>10. Реклама, ее стоимость, объем (изучить прайс).</li> <li>11. Наличие интернет-версии.</li> </ol> |

## 5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

| Наименование<br>оценочного<br>средства<br>(контрольно-<br>оценочного<br>мероприятия) | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Шкалы оценивания        |                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
|                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 100-балльная<br>система | Пятибалльная<br>система |
| Собеседование                                                                        | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает                                                                                                                        |                         | 5                       |
|                                                                                      | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях.                                                                                |                         | 4                       |
|                                                                                      | Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений.                                                                                                                      |                         | 3                       |
|                                                                                      | Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала. |                         | 3                       |



| Наименование<br>оценочного<br>средства<br>(контрольно-<br>оценочного<br>мероприятия) | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Шкалы оценивания        |                         |                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------|
|                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 100-балльная<br>система | Пятибалльная<br>система |                       |
|                                                                                      | Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                         | 2                       |                       |
|                                                                                      | Не получены ответы по базовым вопросам.<br>Не принимал участия в собеседовании.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         | 2                       |                       |
| Тест                                                                                 | За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставаются баллы. Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. В заданиях с выбором нескольких верных ответов, заданиях на установление правильной последовательности, заданиях на установление соответствия, заданиях открытой формы используют порядковую шкалу. В этом случае баллы выставляются не за всё задание, а за тот или иной выбор в каждом задании, например, выбор варианта, выбор соответствия, выбор ранга, выбор дополнения. В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставляются за все верные выборы в одном задании, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ.<br>Правила оценки всего теста:<br>общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по тесту.<br>Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки. |                         | 5                       | 85% -<br>100%         |
|                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         | 4                       | 65% -<br>84%          |
|                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         | 3                       | 41% -<br>64%          |
|                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         | 2                       | 40% и<br>менее<br>40% |

| Наименование<br>оценочного<br>средства<br>(контрольно-<br>оценочного<br>мероприятия) | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Шкалы оценивания        |                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
|                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 100-балльная<br>система | Пятибалльная<br>система |
|                                                                                      | Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе.<br>«2» - равно или менее 40%<br>«3» - 41% - 64%<br>«4» - 65% - 84%<br>«5» - 85% - 100%                                                                                                                                        |                         |                         |
| Реферат                                                                              | Реферат выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.                |                         | 5                       |
|                                                                                      | Реферат выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.                                                                                                                                                                                           |                         | 4                       |
|                                                                                      | Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.                                                                                                                                                                                                                                                  |                         | 3                       |
|                                                                                      | Реферат выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки. Реферат не подготовлен.                                                                                                                                                                                                                              |                         | 2                       |
| Доклад                                                                               | Доклад выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.                 |                         | 5                       |
|                                                                                      | Доклад выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.                                                                                                                                                                                            |                         | 4                       |
|                                                                                      | Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.                                                                                                                                                                                                                                                  |                         | 3                       |
|                                                                                      | Доклад выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки. Доклад не подготовлен.                                                                                                                                                                                                                                |                         | 2                       |
| Творческое задание                                                                   | Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения творческого задания продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем |                         | 5                       |

| Наименование<br>оценочного<br>средства<br>(контрольно-<br>оценочного<br>мероприятия) | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Шкалы оценивания        |                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
|                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 100-балльная<br>система | Пятибалльная<br>система |
|                                                                                      | для аналогичных ситуаций.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                         |                         |
|                                                                                      | Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования);                                                                                               |                         | 4                       |
|                                                                                      | Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения.<br>Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично». |                         | 3                       |
|                                                                                      | Обучающийся (член рабочей группы) не принимал участие в работе группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.                                                                                                                                                                              |                         | 2                       |
| Кейс                                                                                 | Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения кейса продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций.                           |                         | 5                       |
|                                                                                      | Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования);                                                                                               |                         | 4                       |
|                                                                                      | Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения.<br>Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично». |                         | 3                       |

| Наименование<br>оценочного<br>средства<br>(контрольно-<br>оценочного<br>мероприятия) | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Шкалы оценивания        |                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
|                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 100-балльная<br>система | Пятибалльная<br>система |
|                                                                                      | Обучающийся (член рабочей группы) не принимал участие в работе группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.                                                                                                                                                                              |                         | 2                       |
| Ситуационное задание                                                                 | Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения проблемной ситуации продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций.             |                         | 5                       |
|                                                                                      | Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования);                                                                                               |                         | 4                       |
|                                                                                      | Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения.<br>Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично». |                         | 3                       |
|                                                                                      | Обучающийся (член рабочей группы), не принимал участие в работе группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.                                                                                                                                                                             |                         | 2                       |
| Решение задач                                                                        | Обучающийся демонстрирует грамотное решение всех задач, использование правильных методов решения при незначительных вычислительных погрешностях (арифметических ошибках);                                                                                                                                                                         |                         | 5                       |
|                                                                                      | Продemonстрировано использование правильных методов при решении задач при наличии существенных ошибок в 1-2 из них;                                                                                                                                                                                                                               |                         | 4                       |
|                                                                                      | Обучающийся использует верные методы решения, но правильные ответы в большинстве случаев (в том числе из-за арифметических ошибок) отсутствуют;                                                                                                                                                                                                   |                         | 3                       |

| Наименование<br>оценочного<br>средства<br>(контрольно-<br>оценочного<br>мероприятия) | Критерии оценивания                                                          | Шкалы оценивания        |                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
|                                                                                      |                                                                              | 100-балльная<br>система | Пятибалльная<br>система |
|                                                                                      | Обучающимся использованы неверные методы решения, отсутствуют верные ответы. |                         | 2                       |

### 5.3. Промежуточная аттестация:

| Форма промежуточной<br>аттестации    | Типовые контрольные задания и иные материалы<br>для проведения промежуточной аттестации:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Зачет:<br>в устной форме по вопросам | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие медиапланирования. Роль медиапланирования в рекламной кампании.</li> <li>2. Цели и задачи медиапланирования.</li> <li>3. Краткосрочные и долгосрочные цели медиапланирования.</li> <li>4. Коммуникационные и поведенческие цели медиапланирования.</li> <li>5. Основные решения, принимаемые в сфере медиапланирования.</li> <li>6. Понятия медиаканал и медианоситель.</li> <li>7. Понятие аудитории в медиапланировании, ее виды.</li> <li>8. Анализ целевой аудитории в процессе медиапланирования.</li> <li>9. Категории потребителей в зависимости от состояния в конкретный момент времени.</li> <li>10. Рынок масмедиа, его особенности.</li> </ol> |

## 5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| Форма промежуточной аттестации       | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Шкалы оценивания     |                      |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|
| Наименование оценочного средства     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| Зачет:<br>в устной форме по вопросам | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные;</li> <li>– свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию;</li> <li>– способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;</li> <li>– логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете.</li> </ul> <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p> |                      | 5                    |
|                                      | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу;</li> <li>– недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета;</li> <li>– недостаточно логично построено изложение вопроса;</li> <li>– успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой.</li> </ul> <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p>                                                                                                               |                      | 4                    |
|                                      | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                      | 3                    |

| Форма промежуточной аттестации   | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Шкалы оценивания     |                      |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|
| Наименование оценочного средства |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 100-балльная система | Пятибалльная система |
|                                  | <p>– не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые.</p> <p>Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p> |                      |                      |
|                                  | <p>Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала.</p> <p>На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>                                                                                                                                                                                                                                                 |                      | 2                    |

### 5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

| Форма контроля          | 100-балльная система | Пятибалльная система |
|-------------------------|----------------------|----------------------|
| Текущий контроль:       |                      |                      |
| - собеседование         |                      | 2 – 5                |
| - тест                  |                      | 2 – 5                |
| - реферат               |                      | 2 – 5                |
| - доклад                |                      | 2 – 5                |
| - творческое задание    |                      | 2 – 5                |
| - кейс                  |                      | 2 – 5                |
| - ситуационное задание  |                      | 2 – 5                |
| - задача                |                      | 2 – 5                |
| <b>Итого за семестр</b> |                      | Зачтено              |
| зачет                   |                      | Не зачтено           |

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

| 100-балльная система | пятибалльная система                             |            |
|----------------------|--------------------------------------------------|------------|
|                      | зачет с оценкой/экзамен                          | зачет      |
| 85 – 100 баллов      | отлично<br>зачтено (отлично)                     | зачтено    |
| 65 – 84 баллов       | хорошо<br>зачтено (хорошо)                       |            |
| 41 – 64 баллов       | удовлетворительно<br>зачтено (удовлетворительно) |            |
| 0 – 40 баллов        | неудовлетворительно                              | не зачтено |

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- интерактивная лекция;
- групповая дискуссия;
- мастер-классы специалистов и работодателей;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр рекламных материалов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.



## **7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА**

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

## **8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

| Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п. | Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п. |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>115419, г. Москва, ул. Донская 39, строение 4, учебный корпус 6</b>                                                                                               |                                                                                                                                                                            |
| аудитории для проведения занятий лекционного типа                                                                                                                    | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории:<br>– ноутбук;<br>– проектор;<br>– экран           |
| аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации                                 | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории:<br>– ноутбук;<br>– проектор;<br>– экран           |
| <b>Помещения для самостоятельной работы обучающихся</b>                                                                                                              | <b>Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся</b>                                                                                                       |
| читальный зал библиотеки:                                                                                                                                            | – компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет»                                                                                                                     |

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

| Необходимое оборудование                                                                   | Параметры                       | Технические требования                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет | Веб-браузер                     | Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3 |
|                                                                                            | Операционная система            | Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux                        |
|                                                                                            | Веб-камера                      | 640x480, 15 кадров/с                                                                                   |
|                                                                                            | Микрофон                        | любой                                                                                                  |
|                                                                                            | Динамики (колонки или наушники) | любые                                                                                                  |
|                                                                                            | Сеть (интернет)                 | Постоянная скорость не менее 192 кБит/с                                                                |

Технологическое обеспечение реализации дисциплины осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| №<br>п/<br>п                                                                                                     | Автор(ы)        | Наименование издания                                                    | Вид издания<br>(учебник,<br>УП, МП и<br>др.) | Издательство            | Год<br>изда<br>ния | Адрес сайта ЭБС<br>или электронного ресурса<br>(заполняется для<br>изданий в электронном виде)          | Количество<br>экземпляров в<br>библиотеке<br>Университета |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| 1                                                                                                                | 2               | 3                                                                       | 4                                            | 5                       | 6                  | 7                                                                                                       | 8                                                         |
| <b>9.1 Основная литература, в том числе электронные издания</b>                                                  |                 |                                                                         |                                              |                         |                    |                                                                                                         |                                                           |
| 1                                                                                                                | Шарков Ф.И.     | Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование | Учебник                                      | М. : Дашков и К         | 2017               | <a href="http://znanium.com/catalog/product/329134">http://znanium.com/catalog/product/329134</a>       |                                                           |
| 2                                                                                                                | Бузина Т.С.     | Медиапланирование. Теория и практика                                    | Учебное пособие                              | М. : ЮНИТИ-ДАНА         | 2015               | <a href="http://znanium.com/catalog/product/872862">http://znanium.com/catalog/product/872862</a>       |                                                           |
| 3                                                                                                                | Поляков В.А.    | Медиапланирование                                                       | Учебное пособие                              | М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М   | 2018               | <a href="http://znanium.com/catalog/product/961748">http://znanium.com/catalog/product/961748</a>       |                                                           |
| 4                                                                                                                | Куличкина Г. В  | Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа    | Учебное пособие                              | М. : Издательство Юрайт | 2018               | <a href="https://www.biblio-online.ru/bcode/424020">https://www.biblio-online.ru/bcode/424020</a>       |                                                           |
| <b>9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания</b>                                            |                 |                                                                         |                                              |                         |                    |                                                                                                         |                                                           |
| 1                                                                                                                | Руденко А.М.    | Психология массовых коммуникаций                                        | Учебник                                      | М. : РИОР : ИНФРА-М     | 2017               | <a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=792707">http://znanium.com/bookread2.php?book=792707</a> |                                                           |
| 2                                                                                                                | Ромат Е. В.     | Реклама                                                                 | Учебник                                      | С-Пб.: Питер            | 2003               |                                                                                                         | 1                                                         |
| 3                                                                                                                | Сергеев А. А.   | Бизнес-планирование                                                     | Учебник и практикум                          | М. : Издательство Юрайт | 2018               | <a href="https://www.biblio-online.ru/bcode/429693">https://www.biblio-online.ru/bcode/429693</a>       |                                                           |
| 4                                                                                                                | Литвина Т. В.   | Дизайн новых медиа                                                      | Учебник                                      | М. : Издательство Юрайт | 2018               | <a href="https://www.biblio-online.ru/bcode/423119">https://www.biblio-online.ru/bcode/423119</a>       |                                                           |
| 5                                                                                                                | Мясникова М. А. | Практика профессионального медиаобразования                             | Учебное пособие                              | М. : Издательство Юрайт | 2018               | <a href="https://www.biblio-online.ru/bcode/415337">https://www.biblio-online.ru/bcode/415337</a>       |                                                           |
| <b>9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)</b> |                 |                                                                         |                                              |                         |                    |                                                                                                         |                                                           |

|   |                |                                                                   |                    |              |      |  |    |
|---|----------------|-------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------|------|--|----|
| 1 | Баймешова С.П. | Медиапланирование в<br>коммерческой сфере: в двух<br>частях. Ч. 1 | учебное<br>пособие | Москва: РИТМ | 2024 |  | 10 |
|---|----------------|-------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------|------|--|----|

## 11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

### 11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

#### Ресурсы электронной библиотеки

- **ЭБС Znanium.com** научно-издательского центра «Инфра-М» <http://znanium.com/> (учебники и учебные пособия, монографии, сборники научных трудов, научная периодика, профильные журналы, справочники, энциклопедии);  
**Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com»** <http://znanium.com/> (электронные ресурсы: монографии, учебные пособия, учебно-методическими материалы, выпущенными в Университете за последние 10 лет);
- **ООО «ИВИС»** <https://dlib.eastview.com> (электронные версии периодических изданий ООО «ИВИС»);
- **Web of Science** <http://webofknowledge.com/> (обширная международная универсальная реферативная база данных);
- **Scopus** <https://www.scopus.com> (международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);
- **«SpringerNature»** <http://www.springernature.com/gp/librarians> (международная издательская компания, специализирующаяся на издании академических журналов и книг по естественнонаучным направлениям);
- **Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU** <https://elibrary.ru> (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);
- **ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)** <http://нэб.рф/> (объединенные фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровня, библиотек научных и образовательных учреждений);
- **«НЭИКОН»** <http://www.neicon.ru/> (доступ к современной зарубежной и отечественной научной периодической информации по гуманитарным и естественным наукам в электронной форме);
- **«Polpred.com Обзор СМИ»** <http://www.polpred.com> (статьи, интервью и др. информагентств и деловой прессы за 15 лет).

#### Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

- [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/databases/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/);
- <http://www.scopus.com/>;
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp>;
- <http://www.garant.ru/>;
- <http://www.onestopenglish.com>
- <http://lessons.study.ru>
- <http://www.wikipedia.org>
- <http://www.idoceonline.com>
- <http://www.english.ru>
- <http://study-english.info>
- <http://oup.com/elt/result>

| № пп | Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы                                                                    |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.   | ЭБС «Лань» <a href="http://www.e.lanbook.com/">http://www.e.lanbook.com/</a>                                                        |
| 2.   | «Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»<br><a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>                        |
| 3.   | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com»<br><a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a> |
| 4.   |                                                                                                                                     |

|    | Профессиональные базы данных, информационные справочные системы |
|----|-----------------------------------------------------------------|
| 1. |                                                                 |
| 2. |                                                                 |
| 3. |                                                                 |

### 11.2. Перечень программного обеспечения

1. Microsoft® Windows® XP Professional Russian Upgrade/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул E85-00638; № лицензия 18582213 от 30.12.2004 (бессрочная корпоративная академическая лицензия);
2. Microsoft® Office Professional Win 32 Russian License/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул 269-05620; лицензия №18582213 от 30.12.2004;
3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition, 250-499 Node 1 year Educational Renewal License лицензия №17EO-171228-092222-983-1666 от 28.12.2017;
4. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, артикул 79P-00039; лицензия №43021137 от 15.11.2007;
5. 1С: предприятие 8. Клиентская лицензия на 10 рабочих мест (программная защита). Правообладатель ООО «Бизнес и Технологии», сублицензионный договор № 9770 от 22.06.2016.
6. Операционная система Linux. (свободно распространяемое программное обеспечение под Linux).
7. Microsoft Windows XP Professional Russian Upgrade, Software Assurance Pack Academic Open No Level, лицензия № 44892219 от 08.12.2008, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
8. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic Open No Level, лицензия 49413779, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
9. Dr. Web Desktop Security Suite, Антивирус + Центр управления на 12 мес., артикул LBWAC-12M-200-B1, договор с АО «СофтЛайн Трейд» № 219/17-КС от 13.12.2017;
10. Adobe Photoshop Extended CS5 12.0 WIN AOO License RU (65049824), 12 лицензий, WIN S/N 1330- 1002-8305-1567-5657-4784, Mac S/N 1330-0007-3057-0518-2393-8504, от 09.12.2010, ( копия лицензии).
11. Adobe Illustrator CS5 15.0 WIN AOO License RU (65061595), 17 лицензий, WIN S/N 1034-1008-8644-9963-7815-0526, MAC S/N 1034- 0000-0738-3015-4154-4614 от 09.12.2010, (копия лицензии);
12. Adobe Reader (свободно распространяемое).
13. Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open No Level, артикул FQC-02306, лицензия № 46255382 от 11.12.2009, (копия лицензии);
14. Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic Open No Level, лицензия 47122150 от 30.06.2010, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
15. Система автоматизации библиотек ИРБИС64, договора на оказание услуг по поставке программного обеспечения №1/28-10-13 от 22.11.2013г.; №1/21-03-14 от 31.03.2014г. (копии договоров);
16. Google Chrome (свободно распространяемое).

| №п/п | Программное обеспечение                       | Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое |
|------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 1.   | Windows 10 Pro, MS Office 2019                | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019                           |
| 2.   | PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019                           |
| 3.   | V-Ray для 3Ds Max                             | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019                           |
| 4.   |                                               |                                                                |
| 5.   |                                               | ...                                                            |

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ  
ДИСЦИПЛИНЫ**

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

| <b>№ пп</b> | <b>год<br/>обновления<br/>РПД</b> | <b>характер изменений/обновлений<br/>с указанием раздела</b> | <b>номер протокола<br/>и дата заседания<br/>кафедры</b> |
|-------------|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
|             |                                   |                                                              |                                                         |
|             |                                   |                                                              |                                                         |
|             |                                   |                                                              |                                                         |
|             |                                   |                                                              |                                                         |
|             |                                   |                                                              |                                                         |