

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савелевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 16:22:28
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

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

Институт социальной инженерии
Кафедра журналистики и телевизионных технологий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Медиапланирование

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Производство телерадиовещательной продукции
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	Очная

Оценочные материалы учебной дисциплины «Медиапланирование» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 07 от 01.03.2024 г.

Составитель оценочных материалов учебной дисциплины:

Доцент О.В. Мурзина

Заведующий кафедрой: Э.С. Карпов

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

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

1.1. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к обязательной части.

1.3. Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Производственной практики. Профессионально-творческой практика;
- Производственной практики. Преддипломной практики.

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» является формирование компетенций, позволяющих выявить особенности медиапланирования, одного из этапов разработки рекламной кампании, и использовать технологии создания медиапланов (планов размещения рекламной информации в СМИ) в журналистской деятельности.

Задачи:

- знание основных технологий создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информационных объектов различного типа (текстовых, графических, числовых) с помощью современных программных средств;
- возможность использования ресурсов сети Интернет для совершенствования профессиональной деятельности, профессионального и личностного развития;
- знание назначения и технологию эксплуатации аппаратного и программного обеспечения, применяемого в профессиональной деятельности;
- знание базовых системных программных продуктов и пакеты прикладных программ;
- 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
УК-2 Способен определять круг	ИД-УК-2.1 Анализ план-графика реализации проекта в целом и выбор	- Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	оптимального способа решения поставленных задач, поиск альтернативных вариантов для достижения намеченных результатов;	медиапродукты, и коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. - Выявление отличительных особенностей медиатекстов, и медиапродуктов, и коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
	ИД-УК-2.2 Оценка решения поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля.	
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	ИД-ОПК-1.1 Выявление отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	- Осуществление подготовки телевизионного и мультимедийного продукта различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
	ИД-ОПК-1.2 Осуществление подготовки телевизионного и мультимедийного продукта различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИД-ОПК-4.1 Соотнесение социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	
	ИД-ОПК-4.2 Применение основных характеристик целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИД-ОПК-5.1 Оценка совокупности политических, экономических факторов, применение правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	
	<p>ИД-ОПК-5.2 Осуществление своих профессиональных журналистских действий с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	
	<p>ИД-ОПК-5.3 Применение интегрированного подхода при формировании коммуникации с использованием современных медиаканалов и медианосителей</p>	
<p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ИД-ОПК-7.1 Использование принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности при решении профессиональных задач.</p>	
	<p>ИД-ОПК-7.2 Осуществление поиска корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии творческих телевизионных работников</p>	

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	128	час.
---------------------------	---	------	-----	------

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий

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
8 семестр	экзамен	128	16	32				48	32

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины:

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенци(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные	Практическая подготовка, час		
УК-2	Восьмой семестр очная форма обучения						
ИД-УК-2.1	Десятый очно-заочная форма обучения						
ИД-УК-2.2	Стратегическое и тактическое медиапланирование	2	4			8	Формы текущего контроля: Круглый стол
ОПК-1	Медиаметрия – основные направления	2	4			8	
ИД-ОПК-1.1	Параметры медиапланирования	2	6			8	
ИД-ОПК-1.2	Особенности изучения теле-, радио аудитории	2	6			8	
ОПК-4	Экономические основы медиапланирования	4	6			8	
ИД-ОПК-4.1	Характеристика системы средств массовой коммуникации (СМК) как основного рекламоносителя	4	6			8	
ИД-ОПК-4.2							
ОПК-5							
ИД-ОПК-5.1							
ИД-ОПК-5.2							
ОПК-7							
ИД-ОПК-7.1	Экзамен						
ИД-ОПК-7.2							
	ИТОГО	16	32			48	

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Тема 1	Стратегическое и тактическое медиапланирование	Виды медиапланирования. Факторы формирования стратегии медиапланирования. Перевод маркетинговых задач в рекламные. Стратегии планирования: стратегия целевой аудитории. Эффективная аудитория. Тактическое медиапланирование и его этапы.
Тема 2	Медиаметрия – основные направления	Исследования аудитории Средств Рекламы; Изучение поведения потребителей; Мониторинг рекламной информации. Факторы, определяющие состав и границы аудитории. Методы изучения аудитории. Исследования аудитории: анализ «количества» и «качества». «Первичная» и «вторичная» аудитории печатных изданий. Соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов. Анкетирование, интервьюирование, тесты, фокус-группы, лабораторные исследования с применением технических средств, психолингвистические процедуры, метод семантического дифференциала. Направления исследований покупательского поведения. Компании, изучающие поведение потребителей, исследовательские проекты, их специфика. Мониторинг рекламной информации: цель, задачи, параметры мониторинга.
Тема 3	Параметры медиапланирования	Параметры медиапланирования как показатели коммуникативной эффективности рекламной кампании: общие показатели и кумулятивные показатели. Медиастратегии (охват/частота)
Тема 4	Особенности изучения теле-, радио аудитории	Технические и «вербальные» способы получения информации о потреблении аудиторией разных теле- и радиопередач. Основные единицы измерения телеаудитории (телеметры). Аудиометры: плюсы и минусы качества полученной информации. Исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМК. Российские профессиональные организации на рынке теле- и аудиометрии. Исследовательские проекты, формы подачи информации.
Тема 5	Экономические основы медиапланирования	Ценообразование, тарифы и скидки на размещение рекламных материалов. Ценовые параметры медиапланирования, понятие сравнительной стоимости. Выбор информационного канала на основе сравнения тарифов с учетом рекламного бюджета. Расчет бюджета медиапланирования: основные модели. Проблема приобретения места для размещения рекламы.
Тема 6	Характеристика системы средств массовой коммуникации (СМК) как основного рекламоносителя	Реклама в прессе: особенности газетной рекламы. Преимущества и недостатки газет с точки зрения размещения рекламы. Особенности рекламных объявлений в печатных СМК. Журналы, их преимущества и недостатки с точки зрения размещения рекламы. Радио и телевидение как рекламоносители. Возможности Интернета как рекламоносителя. Средства наружной рекламы, специфика рекламы на транспорте.

3.4. 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;
- 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 консультаций перед зачетом/ экзаменом;
- индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

3.5. 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 ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	лекции	16	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия	32	

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	
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	общепрофессиональной(-ых) компетенций
			УК-2 ИД-УК-2.1 ИД-УК-2.2	ОПК-1 (ИД-ОПК-1.1; ИД-ОПК-1.2) ОПК-4 (ИД-ОПК-4.1; ИД-ОПК-4.2) ОПК-5 (ИД-ОПК-5.1; ИД-ОПК-5.2) ОПК-7 (ИД-ОПК-7.1; ИД-ОПК-7.2)
высокий		отлично	<p>Обучающийся:</p> <p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p> <p>Выявление отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.</p> <p>Осуществление подготовки телевизионного и мультимедийного продукта различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p>Обучающийся:</p> <p>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.</p> <p>Отбор для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.</p> <p>Эксплуатация современных стационарных и мобильных цифровых устройств на всех этапах создания телевизионного и мультимедийного продукта.</p>
повышенный		хорошо	<p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или)</p>	<p>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий</p>

			<p>коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p> <p>Выявление отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.</p> <p>Нет осуществления подготовки телевизионного и мультимедийного продукта различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p>и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.</p> <p>Отбор для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.</p> <p>Нет эксплуатации современных стационарных и мобильных цифровых устройств на всех этапах создания телевизионного и мультимедийного продукта.</p>
базовый		удовлетворительно	<p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p> <p>Нет выявления отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.</p> <p>Нет осуществления подготовки телевизионного и мультимедийного продукта различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.</p> <p>Нет отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.</p> <p>Нет эксплуатации современных стационарных и мобильных цифровых устройств на всех этапах создания телевизионного и мультимедийного продукта.</p>
низкий		неудовлетворительно	<p>Обучающийся:</p> <p>Не способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	

			<p>Не способен провести анализ поставленной цели и определить круг задач в рамках поставленной цели, связей между ними и ожидаемых результатов их решения, анализ альтернативных вариантов для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.</p> <p>Не способен оценить решения поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, может корректировать способы решения профессиональных задач.</p> <p>Не может определить имеющиеся ресурсы и ограничения, действующих правовых норм в рамках поставленных задач.</p> <p>Не представляет результаты проекта, предложение возможности их использования и/или совершенствования в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости не корректирует способы решения задач.</p>
--	--	--	--

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	Круглый стол	<p>Круглый стол 1. Медиапланирование и его роль в рекламной кампании. Маркетинговые стратегии и медиапланирование.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Структура рекламной кампании. 2. Цели и задачи медиапланирования. 3. Характеристика и анализ исходных данных для медиапланирования – товар, целевая аудитория. 4. Информационная система медиапланирования. Источники информации для медиапланирования. 5. Медиапланирование как бизнес- процесс. Влияние маркетинговых характеристик объекта на процесс медиапланирования.

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>6. Основные методы анализа маркетинговых ситуаций (ситуационный анализ, SWOT-анализ). Анализ рынка товаров, каналов распространения товаров, целевой аудитории, конкурентов, рекламной активности конкурентов и т.п.</p> <p>7. Использование результатов анализа при медиапланировании. Формулирование маркетинговых проблем, для решения которых требуется реклама и PR.</p> <p>8. Медиаплан и его связь с маркетинговым планом. Преобразование маркетинговых требований в медиа цели.</p> <p>2. Основные понятия и терминология в медиапланировании. Этапы медиапланирования.</p> <p>1. Процесс PR-коммуникации. Понятие, виды и функции информации в связях с общественностью.</p> <p>2. Цели PR-коммуникации. Основные составляющие процесса PR. коммуникации и их характеристики. Уровни эффективности PR коммуникации.</p> <p>3. Связи с общественностью в структуре современных масс-медиа. Основные понятия в медиапланировании и терминология.</p> <p>4. Цели и задачи медиапланирования. Этапы медиапланирования.</p> <p>3. Медиаисследования и использование их результатов в медиапланировании.</p> <p>1. Задачи исследования аудитории СМИ.</p> <p>2. Методы исследования аудитории различных СМИ. Различные концепции, применяемые при оценке аудитории. Рейтинговые исследования аудитории. Методы сбора информации при проведении исследований аудитории различных СМИ.</p> <p>3. Периодичность проведения исследований. Значение результатов медиаисследований для медиапланирования.</p> <p>4. Развитие исследований аудитории в России.</p> <p>4. Основные показатели медиа-планирования и порядок их определения.</p> <p>1. Количественные показатели медиапланирования (объем достигаемой аудитории) и т.д.</p> <p>2. Показатели медиаэффектов отдельного носителя (рейтинг носителя, средний рейтинг за период, количество контактов с аудиторией; охватные характеристики аудитории -доля, охват, индекс соответствия) и т.д.</p> <p>3. Показатели эффектов медиаплана:</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>-показатели медиаэффектов (суммарный рейтинг – GRP, сумма рейтингов в целевой группе- TRP, охват Reach, частота контактов с рекламным сообщением – Frequency) и т.д.</p> <p>-показатели финансовой эффективности кампании (цена за пункт- Cost per Point (CPP), цена за рейтинг Cost per Rating (CPR), цена за пункт рейтинга – CPP, GRP, CPP TRP, цена за тысячу контактов – Cost per Thousand (CPT)) и т.д.</p> <p>5. Стратегия и тактика медиа-планирования.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегия рекламы в средствах массовой информации: планирование бюджета. Общие принципы определения рекламного бюджета. 2. Распределение рекламных бюджетов в прессе. Распределение величины рекламных бюджетов в прессе. 3. Тактика работы со средствами массовой информации: распределение рекламных бюджетов между носителями рекламы. Выбор основных и вспомогательных средств рекламы в условиях местной, региональной, национальной рекламных кампаний. 4. Стратегия и тактика рекламы в средствах массовой информации в условиях международной рекламной кампании. <p>6. Медиаплан. Контроль и оценка эффективности медиаплана.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка медиаплана рекламной кампании. Методы создания оптимальных медиапланов. Исходные данные для медиапланирования (медиа-бриф). 2. Стоимостные характеристики медиаплана. 3. Структура медиаплана. Календарный план и интенсивность публикации рекламы. 4. Компьютерные модели медиапланирования. 5. Творческий подход при медиапланировании. 6. Место исследований средств массовой информации при разработке медиаплана. 7. Терминология, принятая в практике медиаисследований. Практика медиаисследований в России: основные исследовательские организации, методы и методики исследований. 8. Мероприятия по контролю за выполнением медиаплана. Расчет эффективности рекламной кампании (медиаобсчет).

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Круглый стол	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 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. 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

5.3. Промежуточная аттестация успеваемости по дисциплине:

Код(ы) формируемых компетенций, индикаторов достижения компетенций	Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
	Восьмой семестр очной формы обучения	

Десятый семестр очно-заочной формы обучения		
УК-2 ИД-УК-2.1 ИД-УК-2.2 ОПК-1 ИД-ОПК-1.1 ИД-ОПК-1.2 ОПК-4 ИД-ОПК-4.1 ИД-ОПК-4.2 ОПК-5 ИД-ОПК-5.1 ИД-ОПК-5.2 ОПК-7 ИД-ОПК-7.1 ИД-ОПК-7.2	Экзамен: в устной форме по билетам	<ol style="list-style-type: none"> 1. Медиаплан. Структура медиаплана. 2. История возникновения и развития медиапланирования. 3. Информационный мониторинг. Технология информационного мониторинга. 4. Типы медиапланирования 5. Стратегическое планирование. Примеры стратегических документов 6. Деятельность Всероссийского центра изучения общественного мнения. Социально-экономические исследования ВЦИОМ. 7. Системы информационного мониторинга. 8. Особенности массового сознания. 9. Особенности размещения рекламы в печатных СМИ. 10. Особенности размещения наружной рекламы. 11. Особенности размещения рекламы на радио и телевидении. 12. Методы изучения целевой аудитории. 13. Особенности планирования и размещения Интернет-рекламы. 14. Основные понятия Федерального закона «О рекламе». 15. Деятельность компании «Gallup Media» (медиа-исследования, мониторинг рекламы, мониторинг СМИ). 16. Основные показатели медиапланирования. 17. Социальная реклама в СМИ: история и современность. 18. Особенности продвижения бренда в социальных медиа. 19. Связи с общественностью в государственных и коммерческих организациях 20. Информационная и коммуникативная функции журналистики, их взаимосвязь. 21. Цели, стоящие перед СМИ в процессе медиапланирования. 22. Структура и деятельность редакции федерального электронного общественно-политического средства массовой информации. 23. Структура и деятельность редакции федерального электронного отраслевого средства массовой информации. 24. Структура и деятельность редакции федерального печатного общественно-политического средства массовой информации 25. Структура и деятельность редакции федерального печатного отраслевого средства массовой информации. 26. Методы оценки эффективности медиаплана. 27. Технологии разработки и продвижения медиапроекта в информационном пространстве. 28. Основные направления государственной информационной политики РФ.

		<ol style="list-style-type: none">29. Федеральное законодательство о СМИ.30. Новые медиа и их особенности.31. Конвергенция – основа развития современного информационного пространства32. Блогосфера и социальные сети: типологические особенности.33. Классификация жанров современной журналистики.34. Основные типы информационных агентств.35. Деятельность PR-агентств.36. Медиамикс как основа эффективного планирования масштабной рекламной кампании.37. Основные критерии классификации медиаисследований.38. Классификация медиаисследований по периодичности.39. Классификация медиаисследований по способу получения данных.40. Способы формирования бюджета рекламной кампании.41. Понятие и виды коммуникации.42. Реклама как вид коммуникации.43. Социальные функции массовой коммуникации.44. Современная система средств массовых коммуникаций: понятие, особенности формирования.45. Факторы, определяющие состав и границы аудитории.46. Взаимодействие органов исполнительной и законодательной власти со средствами массовой информации. «Парламентская газета», «Парламентское телевидение».47. Особенности восприятия наружной рекламы и её виды.48. Печатные средства массовой информации Рязанской области. Основные разделы и проблемы. Анализ одного рекламного и одного общественно-политического СМИ.49. PR-проекты и PR-акции.50. Электронные средства массовой информации Москвы. Основные разделы и проблемы. Анализ одного рекламного и одного общественно-политического СМИ.
--	--	---

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Экзамен: в устной форме по билетам	<p>Обучающийся:</p> <p>демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные;</p> <p>свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию;</p> <p>способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;</p> <p>логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете;</p> <p>свободно выполняет практические задания повышенной сложности, предусмотренные программой, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой.</p> <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>	85 – 100 баллов	Отлично
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; – недостаточно логично построено изложение вопроса; – успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой, 	65 – 84 баллов	Хорошо

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>– демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.</p> <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p>		
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; – не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые; – справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы. <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>	41 – 64 баллов	Удовлетворительно
	<p>Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>	0 – 40 баллов	Неудовлетворительно

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:		
- устный опрос		2 – 5
- доклад		2 – 5
- круглый стол		2 – 5
Промежуточная аттестация зачет экзамен		зачтено не зачтено отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно
Итого за семестр зачет экзамен		зачтено не зачтено отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно

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 зачтено (отлично)	зачтено
65 – 84 баллов	хорошо зачтено (хорошо)	
41 – 64 баллов	удовлетворительно 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 «Информационные и коммуникационные технологии в профессиональной деятельности» 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.
115419, г. Москва, ул. Малая Калужская, строение 1	
аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – 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: – ноутбук, – проектор; – экран
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
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.

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. информгентств 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.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.idoceanline.com>
- <http://www.english.ru>
- <http://study-english.info>
- <http://oup.com/elt/result>

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

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. IC: предприятие 8. Клиентская лицензия на 10 рабочих мест (программная защита). Правообладатель ООО «Бизнес и Технология», 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

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**

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

№ пп	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры