



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП

Н.А. Аргылов

УТВЕРЖДАЮ
Директор Департамента коммуникаций и медиа

Н.А. Аргылов

«17» декабря 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Современное медиапланирование
Направление подготовки 42.04.02 Журналистика
Теория и экономика цифровых медиа
Форма подготовки очная

курс 1 семестр 2
лекции 00 час.
практические занятия 36 час.
лабораторные работы 00 час.
в том числе с использованием МАО лек. 0 /пр. 00 /лаб. 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 36 час.
самостоятельная работа 36 час.
в том числе на подготовку к экзамену 00 час
контрольные работы (количество) не предусмотрены
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены
зачет 2 семестр
экзамен не предусмотрен

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.04.02 **Журналистика**, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017 г. №529.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 2 от «15» декабря 2021 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа канд. полит. наук, Аргылов Н.А.

Составители: доцент, кандидат политических наук Самойленко П.Ю.

Владивосток
2021

Оборотная сторона титульного листа РПУД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Директор ДКМ _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Директор ДКМ _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

III. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Директор ДКМ _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Директор ДКМ _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель:

Формирование у студента комплексных представлений о рыночных принципах и подходах современного медиапланирования в России и за рубежом, позволяющих максимально оптимизировать рекламные расходы с помощью современных эффективных технологий, понимания системы СМИ, как рекламоносителей, и специфических особенностей процесса медиапланирования в различных СМИ.

Задачи:

- усвоение ключевых понятий современной теории медиапланирования;
- знание основных параметров медиапланирования, этапы процесса планирования рекламных кампаний;
- овладение современным исследовательским инструментарием, который используется в процессе медиапланирования;
- овладение технологиями выбора рекламных носителей.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций:

Тип задач профессиональной деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции	Индикаторы достижения компетенции
проектно-аналитический	ПК-3 Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.1 Проводит многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере журналистики эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика ПК-3.2 Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач ПК-3.3 Составляет план действий по реализации проекта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
<p>ПК-3.1 Проводит многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере журналистики эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика</p>	<p>Знает организацию работы и руководства предприятием, что из себя представляет современное медиапланирование, каковым предметом данной отрасли медиаменеджмента оно является и какую роль в новой цифровой среде исполняет, иметь представление о специфических особенностях процесса медиапланирования в различных СМИ, о месте медиапланирования в рекламе и маркетинге</p>
	<p>Умеет проводить научное исследование в сфере журналистики и медиа, ориентироваться в экономических аспектах функционирования рекламного рынка СМИ (процесс и источники формирования рейтингов СМИ, качественной оценки аудитории, стоимости рекламы в СМИ)</p>
	<p>Владеет проведением научного исследования в сфере журналистики и медиа на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии, инструментарием поиска и обработки экономической информации в сфере медиапланирования и рекламы в новой цифровой среде</p>
<p>ПК-3.2 Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач</p>	<p>Знает особенности разработки концепции медиапроекта на базе знания современных принципов функционирования медиа.</p>
	<p>Умеет делать самостоятельные выводы теоретического и практического характера, готовить практические решения для эффективного медиапланирования в условиях современного высококонкурентного рынка России в новой цифровой среде</p>
	<p>Владеет навыками разработки аналитического обоснования для медиапроектирования и медиамоделирования, общения с экспертами, представителями различных областей деятельности, работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями.</p>
<p>ПК-3.3 Составляет план действий по реализации проекта</p>	<p>Знает методы, применяемые в проектной деятельности для осуществления коммуникационных проектов и мероприятий.</p>
	<p>Умеет учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей</p>
	<p>Владеет способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; системным комплексом знаний о существовании комплекса коммуникационного менеджмента и их роли в достижении бизнес-целей фирмы</p>

2. Трудоёмкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётных единицы (72 академических часа).

Виды учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине:

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Пр	Практические занятия
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения

Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося						Формы промежуточной аттестации, текущего контроля успеваемости
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР	Контроль	
1.	Современное медиапланирование в России	2	0	0	4	0	4	0	Подготовка доклада по предложенной теме
2.	Исходные данные для медиапланирования	2	0	0	4	0	4	0	Подготовка доклада по предложенной теме
3.	Средства распространения рекламы	2	0	0	4	0	4	0	Подготовка доклада по предложенной теме
4.	Основные параметры медиапланирования	2	0	0	6	0	6	0	Подготовка доклада по предложенной теме реферат
5.	Процесс медиапланирования	2	0	0	6	0	6	0	Подготовка доклада по предложенной теме
6.	Тестирование медиаплана	2	0	0	6	0	6	0	Подготовка доклада по предложенной теме тест
7.	Медиаисследования в медиапланировании	2	0	0	6	0	6	0	Подготовка доклада по предложенной

									теме
	Итого:		0	0	36	0	36	0	зачет

III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лекционные занятия по дисциплине не предусмотрены.

IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Практические работы.

1. Современное медиапланирование в России (4 часа).

Самостоятельная работа: подготовка презентаций и докладов по темам занятия.

Вопросы по теме (для подготовки доклада и презентации):

Понятия «медиапланирование», «рекламный носитель», «подходы медиапланирования». История медиапланирования. Место и роль медиапланирования в медиабизнесе. Мировые и отечественные тенденции развития медиапланирования

Обсуждение докладов и презентаций.

2. Исходные данные для медиапланирования (4 часа).

Самостоятельная работа: подготовка презентаций и докладов по темам занятия.

Вопросы по теме (для подготовки доклада и презентации):

Стратегический анализ и стратегическое планирование. Характеристики товара. Характеристики целевой аудитории. Характеристики целевого рынка. Цели и задачи медиапланирования. Бриф.

Обсуждение докладов и презентаций.

3. Средства распространения рекламы (4 часа).

Самостоятельная работа: подготовка презентаций и докладов по темам занятия.

Вопросы по теме (для подготовки доклада и презентации):

Основные современные рекламоносители: директ-мейл, пресса, телевидение, радио, наружная реклама, интернет. Недостатки и достоинства, виды, типы, основные характеристики, стоимость, специфика. Нетрадиционные рекламоносители. Рейтинг, аффинити индекс, клаттер, си-пи-ти, миллайн, шоуинг, хит, хост, фройдинг.

Обсуждение докладов и презентаций.

4. Цифровая среда: тенденции и показатели (6 часов).

Самостоятельная работа: подготовка презентаций и докладов по темам занятия. Написание реферата.

Вопросы по теме (для подготовки доклада и презентации):

Основные параметры медиапланирования

Обсуждение докладов и презентаций.

Сдача реферата

Мастер-класс эксперта.

5. Процесс медиапланирования (6 часов).

Самостоятельная работа: подготовка презентаций и докладов по темам занятия. Написание реферата.

Вопросы по теме (для подготовки доклада и презентации):

Последовательность действий. Бриф. Оценка, ранжирование и выбор рекламоносителя. Специфика планирования в директ-мейл, прессе, на телевидении, на радио, в наружной рекламе, в интернет. Виды медиа-микса.

Обсуждение докладов и презентаций.

Мастер-класс эксперта.

6. Тестирование медиаплана (6 часов).

Самостоятельная работа: подготовка презентаций и докладов по темам занятия.

Вопросы по теме (для подготовки доклада и презентации):

Пост-тестирование. Контрольные рынки. Опросы, тесты, возвратные формы. Коррекция медиаплана

Обсуждение докладов и презентаций.

Тест.

7. Медиаисследования в медиапланировании (6 часов).

Самостоятельная работа: подготовка презентаций и докладов по темам занятия.

Вопросы по теме (для подготовки доклада и презентации):

Современный рынок медиаисследований. Виды исследований. Исследования аудитории различных СМИ. Проблемы исследований.

Обсуждение докладов и презентаций.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа, наряду с практическими занятиями, является неотъемлемой частью изучения курса «Современное медиапланирование». Приступая к изучению дисциплины, студенты должны ознакомиться с учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести тетради для конспектирования лекций и практических занятий. В ходе самостоятельной

работы изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, научные статьи и материалы социологических исследований. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу, обращаться за методической помощью к преподавателю. При подготовке к зачету повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, выносящихся на зачет и содержащихся в данной программе. Использовать литературу, рекомендованную преподавателем. Обратит особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных студентом по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов. Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

План-график выполнения самостоятельной работы:

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Формы контроля
1.	1-2 недели семестра	подготовка презентаций и докладов по темам занятия	4 часа	доклад
2.	3-4 недели семестра	подготовка презентаций и докладов по темам занятия	4 часа	доклад
3.	5-6 недели семестра	подготовка презентаций и докладов по темам занятия	4 часа	доклад
4.	7-9 неделя семестра	подготовка презентаций и докладов по темам занятия написание реферата	6 часов	доклад реферат
5.	10-12 неделя семестра	подготовка презентаций и докладов по темам занятия	6 часов	доклад
6.	13-15 неделя семестра	подготовка презентаций и докладов по темам занятия подготовка к тестированию	6 часов	доклад тест
7.	16-18 неделя семестра	подготовка презентаций и докладов по темам занятия	6 часов	доклад

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Доклад (сообщение), как вид самостоятельной работы в учебном процессе, способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяют познавательные интересы, учат критически мыслить. При подготовке доклада (сообщения) необходимо:

- уяснить для себя суть темы, которая предложена;
- подобрать необходимую литературу (лучше пользоваться несколькими источниками для более полного получения информации);
- тщательно изучить материал учебника по данной теме, чтобы легче ориентироваться в необходимой литературе и не сделать элементарных ошибок;
- изучить подобранный материал (по возможности работать карандашом, выделяя самое главное по ходу чтения);
- составить план доклада (сообщения);
- написать текст доклада (сообщения);
- оформить презентацию.

Методические указания по подготовке презентации.

Цель презентации - донести до аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме. Мультимедийные презентации - способ представления информации с помощью компьютерных программ

PowerPoint, Windows Movie Maker, Prezi. Презентация должна содержать не более 10 слайдов, содержащих тестовую информацию, рисунки и таблицы для раскрытия выбранной темы. Студент может выбрать любую тему для своей презентации и выразить свое понимание или непонимание какого-либо аспекта данной темы. Презентация оценивается по тому, насколько раскрыта тема, насколько отражена точка зрения докладчика и вызвала ли она интерес со стороны аудитории.

VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1.	Современное медиапланирование в России	ПК-3.1 Проводит многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере журналистики эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	Знает организацию работы и руководства предприятием, что из себя представляет современное медиапланирование, каковым предметом данной отрасли медиаменеджмента оно является и какую роль в новой цифровой среде исполняет, имеет представление о специфических особенностях процесса медиапланирования в различных СМИ, о месте медиапланирования в рекламе и маркетинге	УО-3	Вопросы к зачету 1-2
2.	Исходные данные для медиапланирования	ПК-3.2 Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач	Знает особенности разработки концепции медиапроекта на базе знания современных принципов функционирования медиа.	УО-3	Вопросы к зачету 3-6

3.	Средства распространения рекламы	ПК-3.2 Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач	Умеет делать самостоятельные выводы теоретического и практического характера, готовить практические решения для эффективного медиапланирования в условиях современного высококонкурентного рынка России в новой цифровой среде	УО-3	Вопросы к зачету 7-11
4.	Основные параметры медиапланирования	ПК-3.1 Проводит многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере журналистики эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	Умеет проводить научное исследование в сфере журналистики и медиа, ориентироваться в экономических аспектах функционирования рекламного рынка СМИ (процесс и источники формирования рейтингов СМИ, качественной оценки аудитории, стоимости рекламы в СМИ)	УО-3 ПР-4	Вопросы к зачету 12-19
5.	Процесс медиапланирования	ПК-3.1 Проводит многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере журналистики эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	Владеет проведением научного исследования в сфере журналистики и медиа на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии, инструментарием поиска и обработки экономической информации в сфере медиапланирования и рекламы в новой цифровой среде	УО-3	Вопросы к зачету 20-31

6.	Тестирование медиаплана	ПК-3.2 Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач	Владеет навыками разработки аналитического обоснования для медиапроектирования и медиамоделирования, общения с экспертами, представителями различных областей деятельности, работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями.	УО-3 ПР-1	Вопрос к зачету 32
7.	Медиаисследования в медиапланировании	ПК-3.3 Составляет план действий по реализации проекта	<p>Знает методы, применяемые в проектной деятельности для осуществления коммуникационных проектов и мероприятий.</p> <p>Умеет учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности;</p> <p>выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей</p> <p>Владеет способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p>системным комплексом знаний о существовании комплекса коммуникационного менеджмента и их</p>	УО-3	Вопросы к зачету 33-45

			роли в достижении бизнес-целей фирмы		
--	--	--	---	--	--

УО-3 – доклад

ПР-1 - тест

ПР-4 - реферат

VII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>

2. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие / Головлева Е.Л.. — Москва : Академический Проект, 2016. — 251 с. — ISBN 978-5-8291-2508-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

3. Дзялошинский, И.М. Современное медиапространство России : учеб. пособие для студентов вузов / И.М. Дзялошинский. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 312 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1038959>

4. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 179 с. – <https://lib.dvfu.ru/lib/item?id=chamo:786225&theme=FEFU>

5. Мельникова Н.А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Мельникова Н.А.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90235.html>

6. Основы медиабизнеса : учебник для вузов / [Е. Л. Варганова, А. В. Вырковский, В. Л. Иваницкий и др.] ; под ред. Е. Л. Варгановой. – Москва : Аспект Пресс, 2017. – 400 с. – URL: <https://lib.dvfu.ru/lib/item?id=chamo:841449&theme=FEFU>

7. Чилингир Е.Ю. Медиаанализ и медиапланирование : учебное пособие / Чилингир Е.Ю.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 103 с. — ISBN 978-5-4497-0562-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/95334.html>

8. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093675>

Дополнительная литература:

1. Марочкина С.С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / Марочкина С.С., Шуванов И.Б., Щетинина Е.В.. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 46 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/106572.html>

2. Пономарева, А. М. Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности : учебно-методическое пособие / А. М. Пономарева. - Москва : Финансы и Статистика, 2014. - 192 с. - ISBN 978-5-279-03253-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1484184>

3. Черных А. Мир современных медиа : монография / Черных А.. — Москва : ИД Территория будущего, 2007. — 312 с. — ISBN 5-91129-037-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/7300.html>

4. Яковлев, Г. А. Коммерция в средствах массовой информации : учебное пособие / Г. А. Яковлев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 143 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-013505-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222614>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
2. Российский портал открытого образования <http://window.edu.ru>
3. Правовая информационная система <http://www.consultant.ru>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY проект РФФИ www.elibrary.ru

VIII.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Описание последовательности действий обучающихся, или алгоритм изучения дисциплины.

Для понимания материала и качественного его усвоения рекомендуется такая последовательность действий.

В течение недели выбрать время (1-1,5 часа) для работы с рекомендованной литературой в библиотеке или ресурсами Интернет.

Рекомендации по работе с литературой. Основным методом самостоятельного овладения знаниями является работа с литературой. Это сложный процесс, требующий выработки определенных навыков, поэтому студенту нужно обязательно научиться работать с книгой.

Осмысление литературы требует системного подхода к освоению материала. В работе с литературой системный подход предусматривает не только внимательное чтение текста и изучение специальной литературы, но и обращение к дополнительным источникам – справочникам, энциклопедиям, словарям, которые являются основными помощниками в самостоятельной работе студента, так как глубокое изучение именно их материалов позволит студенту освоить новую научную терминологию, а затем самостоятельно оперировать теоретическими категориями и понятиями. Такого рода работа с литературой обеспечивает решение студентом поставленной перед ним задачи (подготовка к семинарскому занятию, выполнение практических заданий и т.д.).

Литература для изучения обычно выбирается из списка литературы, выданного преподавателем, либо путем самостоятельного отбора материалов. После этого непосредственно начинается изучение материала, изложенного в источнике.

При изучении материала источника необходимо обращать особое внимание на комментарии и примечания, которыми сопровождается текст.

Они разъясняют отдельные места текста, дополняют изложенный материал, указывают ссылки на цитируемые источники, исторические сведения о лицах, фактах, объясняют малоизвестные или иностранные слова.

Во время изучения литературы следует конспектировать и составлять рабочие записи прочитанного, которые могут быть сделаны и в виде простого и развернутого плана, цитирования, тезисов, резюме, аннотации, конспекта. Такие записи удлиняют процесс проработки, изучения книги, но способствуют ее лучшему осмыслению и усвоению, выработке навыков кратко и точно излагать материал.

Наиболее надежный способ собрать нужный материал – составить конспект - краткое изложение своими словами содержания книги. Конспекты позволяют восстановить в памяти ранее прочитанное без дополнительного обращения к самой книге. При их составлении следует пользоваться различными приемами выделения отдельных частей текста, ключевых выражений, терминов, основных понятий (выделение абзацев, подчеркивание, написание жирным шрифтом, курсивом, использование цветных чернил и т.п.). Желательно оставлять поля для внесения дополнений, поправок или фиксации собственных мыслей по данной записи, возможно несовпадающих с авторской точкой зрения.

При изучении литературы особое внимание следует обращать на новые термины и понятия. Понимание сущности и значения терминов способствует формированию способности логического мышления, приучает мыслить абстракциями, что важно при усвоении дисциплины. Поэтому при изучении темы курса студенту следует активно использовать универсальные и специализированные энциклопедии, словари, иную справочную литературу.

Вся рекомендуемая для изучения курса литература подразделяется на основную и дополнительную. К основной литературе относятся источники, необходимые для полного и твердого усвоения учебного материала. Необходимость изучения дополнительной литературы диктуется, прежде всего тем, что в учебной литературе нередко остаются неосвещенными современные проблемы, а также не находят отражение новые документы, события, явления, научные открытия последних лет. Поэтому дополнительная литература рекомендуется для более углубленного изучения программного материала.

Курс структурирован по хронологическому, тематическому и сравнительно типологическому принципам, что позволяет, с одной стороны, систематизировать учебный материал, с другой – подчёркивает связь с другими дисциплинами учебного плана.

В процессе изучения материалов учебного курса предлагаются разнообразные формы работ: практические занятия, контрольные работы.

Практические занятия акцентированы на наиболее принципиальных и проблемных вопросах методологии научного познания и призваны стимулировать выработку собственной позиции по данным темам. В работе используются разнообразные средства, формы и методы обучения (информационно-развивающие, проблемно-поисковые).

Особо значимой для профессиональной подготовки является *самостоятельная работа* по курсу. В ходе этой работы студенты отбирают необходимый материал по изучаемому вопросу и анализируют его.

Самостоятельная работа с литературой включает в себя такие приемы как составление плана, тезисов, конспектов, аннотирование источников, написание рефератов. В рамках учебного курса подразумевается составление тематических докладов, которые проверяется преподавателем, обсуждается со студентами и учитывается при итоговом контроле знаний по курсу.

Освоение курса должно способствовать развитию навыков обоснованных и самостоятельных оценок научных фактов. Поэтому во всех формах контроля знаний, особенно при сдаче зачетов и экзаменов, внимание должно быть обращено на понимание гносеологической и эпистемологической проблематики, на умение критически использовать ее результаты и выводы.

В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации - сдаче зачета, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к зачету. Зачет выставляется в общей совокупности всех работ с учетом выполненной самостоятельной работы, зачетных результатов контрольной работы и рефератов.

Методические рекомендации по написанию реферата

Рефератом следует считать краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности. Реферат имеет регламентированную структуру, содержание и оформление.

Реферат должен обладать следующими признаками:

- семантическая адекватность первоисточнику;
- максимальная полнота и точность изложения содержания при небольшом объеме полученного текста;
- объективность в передаче содержания первоисточника;
- авторизованность в передаче информации (реферирующий раскрывает содержание первоисточника со своей точки зрения. Используемые цитаты вносятся в текст без искажения, заключаются в кавычки обязательно со ссылкой на источник);
- постоянная устойчивая структура.

Реферат представляет собой самостоятельный анализ опубликованной литературы по проблеме, то есть систематизированное изложение чужих обнародованных мыслей со ссылкой на первоисточник и, в обязательном порядке, с собственной оценкой изложенного материала.

Цель написания рефератов.

Подготовка и написание реферата имеет целью расширить, систематизировать и закрепить полученные обучающимися теоретические знания в области изучаемых предметов.

Задачи написания рефератов:

- систематизировать навыки критического анализа и оценки современных научных достижений;
- закрепить приобретаемые обучающимися умения поиска необходимой информации;
- систематизировать навыки быстрого ориентирования в современной классификации источников;
- выработать адекватное понимание прочитанного, выделение главного и его фиксации - составление конспекта;
- расширить навыки научного исследования, письменного изложения теоретических вопросов и обобщения реальных фактов;
- способствовать формированию у обучающихся научного мировоззрения, методического мышления и практического действия.

Структура реферата включает в себя:

1. Титульный лист.
2. Оглавление с указанием плана работы, который должен содержать введение, название основных разделов (глав, параграфов) работы, заключение, список использованной литературы и нумерации страниц.
3. Введение, в котором определяется цель и задачи исследования, представленного в реферате, его актуальность, теоретическое и практическое значение, степень разработанности выбранной темы, используемая теоретикометодологическая, концептуальная и источниковедческая база.
4. Основная часть, в которой раскрывается основное содержание плана. Текст должен содержать разделы (главы), количество и название, которых определяются автором и преподавателем. Обычно в реферате выделяют 2-4 параграфа. Подбор материала направлен на рассмотрение и раскрытие основных положений выбранной темы. Обязательным являются ссылки на авторов, чьи позиции, мнения, информация использованы в реферате. Цитирование и ссылки не должны подменять позиции автора реферата. Объемные отступления от темы, несоразмерная растянутость отдельных параграфов рассматриваются в качестве недостатков основной части реферата. Таблицы и графические объекты, необходимые для раскрытия темы, могут помещаться непосредственно в текст основной части реферата, если их объем не является чрезмерным. Основная часть реферата, помимо почерпнутого из разных источников содержания, должна включать в себя собственное мнение обучающегося и сформулированные выводы по завершению каждого параграфа, опирающиеся на приведенные факты. Указанные выводы рекомендуется начинать со слов «таким образом», «суммируя вышеизложенное», «итак» и т.п.;

5. Заключение, где формируются доказательные выводы на основании содержания исследуемого автором материала;

6. Список использованной литературы и других источников к реферату (не менее 7-10 источников) оформляется в алфавитной последовательности в соответствии с ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись, библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления» и ГОСТ 7.82-2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления». В него вносится весь перечень изученных в процессе написания реферата: статей, учебных пособий, Интернет-ресурсов, справочников и др. В нем указываются: фамилии автора, инициалы, название работы, место и время её публикации. Он не должен быть слишком обширным, однако его не обязательно ограничивать включением только тех источников, из которых приведены цитаты.

7. Приложения. В реферате могут быть использованы приложения (копии архивных документов, фотографии, схемы, образцы документов, таблицы, графики и т.д.), иллюстрирующие излагаемый материал. Приложение создается обучающимся в том случае, если оно дополняет содержание основных проблем темы.

Сдаваемые на проверку рефераты должны быть тщательно оформлены.

Если в работе приводятся материалы, цитаты, данные, идеи, заимствованные из других источников, то необходимо делать ссылки (сноски) на первоисточник. Это может быть внутритекстовая, подстрочная или затекстовая ссылка. Как правило, используются подстрочные ссылки, помещаются внизу страницы, затекстовые, выносятся либо в конец каждого раздела, главы, либо в конец всей работы, но с разбивкой на главы. Нумерация подстрочных ссылок может быть как сквозной, в порядке последовательности (1,2,3...20 и т.д.), так и по главам (разделам) отдельно. Ссылки печатаются через 0,5 интервала.

Цитаты приводятся для подтверждения рассматриваемых в реферате положений. В тексте должны сохраняться все особенности документа, из которого они взяты (орфография, пунктуация). Необходимо стремиться к тому, чтобы цитаты были короткими, но без искажения смысла слов цитируемого автора.

Текст работы должен быть распечатан на принтере на одной стороне белого листа бумаги формата А4 через 1,5 интервала, шрифтом Times New Roman, размер 14.

Каждая страница текста и приложений должна иметь поля:

– левое - 25 мм,

- правое - 10 мм,
- верхнее и нижнее по 20 мм.

Заголовки отделяются от основного текста пробелами в 1,5 интервала снизу, шрифт Times New Roman, размер 12-14, полужирное начертание. Нумерация страниц производится последовательно с титульного листа и оглавления работы, при этом номера страниц проставляются с 3-ей страницы (с введения) внизу посередине страницы.

Абзацы в реферате должны быть правильно определены, каждый из них, как правило, указывает на начало новой мысли автора. Отступы всех абзацев должны быть по всей работе одинаковые и соответствовать 1,5 см.

Объем реферата составляет не менее 25 машинописных страниц без учета приложений: введение - 1-2 страницы, основная часть - 10-12 страниц, заключение - 1-2 страницы, список литературы - 1 страница.

Подготовленная работа сдается на кафедру или преподавателю. Она должна быть подписана обучающимся на последней странице.

При невыполнении обучающимся требований к научному уровню, содержанию и оформлению реферата, преподаватель имеет право вернуть работу для доработки устранения недостатков.

Темы для реферата 1

1. Условия и факторы становления медиапланирования в современной России, ее современное состояние.
2. Специфика различных СМИ с точки зрения медиапланирования
3. Процесс медиапланирования
4. Математические и эмпирические подходы в медиапланировании
5. Разработка бюджета медиаплана.
6. Выбор времени для медиапланирования
7. Рынок медиапланирования
8. Внешний и внутренний медиабаинг.
9. Проблемы современного медиапланирования
10. Проблемы рынка медиаисследований
11. Виды и форматы СМИ
12. Охват в медиапланировании
13. Частота в медиапланировании
14. Вес в медиапланировании
15. Рейтинг в медиапланировании
16. Доля в медиапланировании
17. CPT в медиапланировании
18. GRP в медиапланировании
19. Пустая доставка в медиапланировании

20. Медиаисследования в медиапланировании
21. Мониторинг рекламы
22. Бриф в медиапланировании
23. Оптимизация медиаплана
24. Дублирование аудитории

IX. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением.

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
F611	Лекционная аудитория с мультимедийным оборудованием, посадочных мест 46	Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA Проектор, модель Mitsubishi, экран Эксклюзивная документ камера, модель AVervision 355 AF Доска аудиторная

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

X. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Современное медиапланирование» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Современное медиапланирование» проводится в форме контрольных мероприятий (выполнение домашних практических заданий) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и оценивается преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы;

Критерии оценки доклада, сообщения

Темы для докладов представлены в Разделе «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся».

-100-86 баллов - выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

- 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов.

Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

- 75-61 балл - студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

- 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая

составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки мультимедийной презентации к докладу, сообщению

оценка	60 баллов и менее (неудовлетв.)	61-75 баллов (удовлетвор.)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Содержание критериев				
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.
представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина.	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов.
оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации.	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации.	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации.	Широко использованы технологии PowerPoint и др. Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с примерами, пояснениями

Критерии оценки реферата

100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

75-61 балл - студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы
60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Примерные вопросы для теста

1. В аудитории газеты «Утро» 17% любителей шоколадных конфет. Всего на данной территории проживает 21% любителей шоколадных конфет. Каково значение индекса соответствия для газеты «Утро»?

- А) 1,235
- Б) 38
- В) 4
- Г) **80,95**

2. Аудитория телезрителей составляет 70%. Рейтинг телеканала в это время 15%.

Какова доля телеканала?

- А) **21,4%**
- Б) 4,7%
- В) 55%
- Г) 85%

3. Самое высокоохватное рекламное средство:

- А) **Телевидение**
- Б) Директ-мейл
- В) Радио
- Г) Пресса

4. Самое избирательное с точки зрения охвата целевой аудитории средство:

- А) Телевидение
- Б) Директ-мейл**
- В) Радио
- Г) Пресса

5. Реклама в прессе:

- А) Дороже, чем на телевидении
- Б) Дешевле, чем на телевидении**
- В) Эффективнее, чем директ-мейл
- Г) Запоминается лучше, чем на радио

6. Размер аудитории печатного средства:

- А) Больше его тиража
- Б) Меньше его тиража
- В) Равен его тиражу
- Г) Не рассчитывается через тираж**

7. Медиаклаттер – это:

- А) Уровень громкости в рекламном ролике
- Б) Шумовые помехи в эфире
- В) Рекламные слухи
- Г) Объем рекламы в СМИ**

8. Affinity Index – это:

- А) Индекс сходности различных СМИ
- Б) Индекс различности аудиторий
- В) Индекс разного веса СМИ
- Г) Индекс соответствия целевой аудитории**

9. HUT – это:

- А) «слышать, использовать, транслировать»
- Б) небольшое рекламное агентство
- В) количество домовладений, использующих телевидение**
- Г) верхняя часть медиаплана

10. На сайт зашло 258 посетителей. На баннер кликнуло 12 человек. Каково значение CTR?

- A) 21,5
- Б) 3096
- В) 4,65**
- Г) 2150

Промежуточная аттестация студентов.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Современное медиапланирование» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. По данной дисциплине учебным планом предусмотрен зачет во 2 семестре. Он включает устный опрос в форме собеседования по вопросам, охватывающим проблематику курса. Оценка на зачете выставляется в соответствии с критериями выставления оценки по Положению о ФОС ДВФУ.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Условия и факторы становления медиапланирования в современной России, ее современное состояние.
2. Специфика различных СМИ с точки зрения медиапланирования
3. Процесс медиапланирования
4. Математические и эмпирические подходы в медиапланировании
5. Разработка бюджета медиаплана.
6. Выбор времени для медиапланирования
7. Рынок медиапланирования
8. Внешний и внутренний медиабаинг.
9. Проблемы современного медиапланирования
10. Проблемы рынка медиаисследований
11. Виды и форматы СМИ
12. Охват в медиапланировании
13. Частота в медиапланировании
14. Вес в медиапланировании
15. Рейтинг в медиапланировании
16. Доля в медиапланировании
17. CPT в медиапланировании
18. GRP в медиапланировании
19. Пустая доставка в медиапланировании
20. Медиаисследования в медиапланировании

21. Мониторинг рекламы
22. Бриф в медиапланировании
23. Оптимизация медиаплана
24. Дублирование аудитории
25. Проблемы тестирования медиаплана
26. Исходные данные для медиапланирования
27. Анализ медиаплана
28. Реализация медиаплана
29. Рациональные и эмоциональные стратегии в медиапланировании
30. Жизненный цикл товара и медиапланирование
31. Стратегическое и тактическое медиапланирование.
32. Тестирование медиаплана
33. Мониторинг СМИ
34. Требования к личности специалиста по медиапланированию
35. Документы, входящие в медиаплан
36. Проблемы медиабаинга
37. Прогнозные и фактические рейтинги
38. Рейтинги СМИ и рекламные рейтинги
39. Эффективность медиамикса
40. Взаимовлияние медиапланирования и творческих разработок в рамках рекламной кампании
41. Прайминг в медиапланировании
42. Размер рекламного сообщения в медиапланировании
43. Основные подходы к рекламному ценообразованию в СМИ
44. Подходы к созданию графика медиаплана
45. Создание блок-схемы медиаплана

Критерии выставления оценки за устный ответ студента на зачете (экзамене) по дисциплине «Современное медиапланирование»:

100-85	«зачтено» / «отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
--------	-----------------------	--

84-70	«зачтено» / «хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
69-55	«зачтено» / «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
менее 55	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.