



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОП
Куманева И.П.



«УТВЕРЖДАЮ»

Директор департамента коммуникаций и
медиа

Куманева И.П.

«5» апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Методы исследования аудитории

Направление подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации

Профиль «Медиакоммуникации»

Форма подготовки: очная

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального Рабочая программа составлена в соответствии в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.05 **Медиакоммуникации**, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 527.

Рабочая программа обсуждена на заседании департамента коммуникаций и медиа, протокол от «09» января 2023 г. №5).

Директор Департамента доцент, канд.ист.наук, Куманева И.П.

Составитель: доцент, канд.ист.наук, Куманева И.П.

Владивосток

2023

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

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

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

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

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

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

I. Цели и задачи освоения дисциплины:

Целью преподавания дисциплины является овладение навыками анализа аудиторий в отраслевой практике, в том числе в контексте изучения медиарынков, в функционировании и развитии медиапредприятий, в редакционной деятельности, а также в рекламной деятельности и связях с общественностью.

Задачи:

- знать основные методы научных исследований медиа и принципы познания;
- ориентироваться в предметной области теоретических и индустриальных социальных исследований аудитории;
- проводить исследования с применением количественных и качественных методов.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1.Выявляет проблему, осуществляет поиск информации, анализирует и интерпретирует ее на основании методов логики и критического мышления для решения поставленных задач в рамках системного подхода
		УК-1.2 Осуществляет синтез полученной информации на основании принципов логики, критического подхода и системной организации данных
		УК-1.3 Формирует обоснованную и логически последовательную позицию, аргументирует свою точку зрения на основе системного подхода и критического анализа, предлагает возможные варианты решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
УК-1.1.Выявляет проблему,	Знает основы критического анализа и синтеза

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
осуществляет поиск информации, анализирует и интерпретирует ее на основании методов логики и критического мышления для решения поставленных задач в рамках системного подхода	информации. Умеет выделять базовые составляющие поставленных задач и формировать оценочные суждения в профессиональной области Владеет методами анализа и синтеза в решении задач.
УК-1.2 Осуществляет синтез полученной информации на основании принципов логики, критического подхода и системной организации данных	Знает методы поиска информации Умеет ранжировать информацию Владеет методами интерпретации информации
УК-1.3 Формирует обоснованную и логически последовательную позицию, аргументирует свою точку зрения на основе системного подхода и критического анализа, предлагает возможные варианты решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений	Знает принципы формирования логически последовательной и научно обоснованной позиции. Умеет аргументировать свою точку зрения на основе системного подхода и критического анализа. Владеет навыками поиска и логического сопоставления вариантов решения поставленной научной задачи с учетом возможной критики и ограничений.

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Продвижение медиапроекта и (или) медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-4. Способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах	ПК-4.1. Разрабатывает и формирует маркетинговую стратегию медиапроекта и (или) медиапродукта, в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет»
		ПК-4.2. Проводит исследования статистической и аналитической информации (в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет»), характеризующей ситуацию на медиарынке, а также ищет и отбирает организации, осуществляющие маркетинговые исследования, необходимые для анализа ситуации на рынке медиауслуг
		ПК-4.3. Контролирует и оценивает эффективность результатов продвижения медиапроекта и (или) медиапродукта, в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
<p>ПК-4.1. Разрабатывает и формирует маркетинговую стратегию медиапроекта и (или) медиапродукта, в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Знает роль маркетинговых исследований в управлении медиапредприятием, маркетинговые технологии, технологии бренд-менеджмента и стратегии, технологии сегментирования медиарынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов, особенности функционирования информационно-коммуникационной сети «Интернет».</p> <p>Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области медиамаркетинга, интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Владеет навыками разработки концепции продвижения медиапроекта и (или) медиапродукта, навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации, навыками разработки плана мероприятий по продвижению медиапроекта и (или) медиапродукта.</p>
<p>ПК-4.2. Проводит исследования статистической и аналитической информации (в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет»), характеризующей ситуацию на медиарынке, а также ищет и отбирает организации, осуществляющие маркетинговые исследования, необходимые для анализа ситуации на рынке медиауслуг</p>	<p>Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, основы маркетинговых технологий.</p> <p>Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на медиапроект и (или) медиапродукт, существенные характеристики целевой аудитории потребителей, составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования.</p> <p>Владеет навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на медиарынке, навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на медиарынке, навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на медиарынке, навыками контроля выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на медиарынке.</p>
<p>ПК-4.3. Контролирует и оценивает эффективность результатов продвижения</p>	<p>Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями медиапродукта и (или) медиапроекта.</p>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
медиапроекта и (или) медиапродукта, в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет»	Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение медиапродукта и (или) медиапроекта, находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, анализировать результаты продвижения медиапродукта и (или) медиапроекта на основе полученных данных. Владеет навыками разработки системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению медиапродукта и (или) медиапроекта, навыками организации сбора информации об узнаваемости продвигаемого медиапродукта и (или) медиапроекта, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемого медиапродукта и (или) медиапроекта, навыками анализа эффективности продвижения медиапродукта и (или) медиапроекта, способностью разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения медиапродукта и (или) медиапроекта.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Методы исследования аудитории» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

- Коллоквиум и кейс-задачи.

II. Трудоёмкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 академических часа).
(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Видами учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине являются:

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Лек	Лекции
Пр	Практические занятия
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения
Контроль	Самостоятельная работа обучающегося и контактная работа обучающегося с преподавателем в период промежуточной аттестации

Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины		Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося	Формы текущего контроля успеваемости и

		Семестр	Лек	Лаб	Пр	ОК	СР	Контроль	промежуточной аттестации
1	Тема 1. Теоретические основы исследования аудитории медиа	5	1,5		18		18	27	УО-1 УО-2 ПР-11
2	Тема 2. Измерение аудитории	5	1,5						
3	Тема 3. Медиаметрические показатели	5	2						
4	Тема 4. Специальные (ad hoc) количественные исследования аудитории	5	2						
5	Тема 5. Качественные исследования аудитории	5	2						
	Итого:	5	9		18		18	27	экзамен

III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (9 час.)

Тема 1. Теоретические основы исследования аудитории медиа (1,5 час.)

Понятие аудитории в социальных науках, его история и этапы трансформации в XX-XXI вв. Близкие понятия: толпа, масса, публика. Основные направления академических исследований аудитории (audience studies).

Тема 2. Измерение аудитории (1,5 час.)

Измерение аудитории как количественное социальное исследование. Функции, пользователи и направления использования результатов измерения аудитории. Институциональный характер медиаизмерений. История измерения аудитории в мире и России. Базовые методы измерения аудитории: опрос и автоматизированная регистрация. Стандарты и мировые практики измерения аудитории. Современные тенденции развития систем измерения аудитории.

Тема 3. Медиаметрические показатели (2 час.)

Базовые медиаметрические показатели: аудитория, рейтинг, доля аудитории, накопленный охват. Индексы и порядок их расчета. Стоимостные показатели и их использование в индустриальной практике.

Тема 4. Специальные (ad hoc) количественные исследования аудитории (2 час.)

Основные направления специальных количественных исследований аудитории в индустриальной практике. Исследования отношения аудитории

к контенту (appreciation surveys). Тестирование медийных концепций. Анализ медиабрендов. Целевая аудитория и выборка количественного исследования. Составление инструментария количественного исследования аудитории. Методы сбора данных, организация и контроль проведения полевых работ. Анализ данных и представление результатов количественного исследования аудитории.

Тема 5. Качественные исследования аудитории. (2 час.)

Основные методы качественных исследований аудитории: фокус-группы и глубинные интервью. Области применения качественных методов исследования аудитории в индустриальной практике. Программа и ключевые этапы качественного исследования аудитории. Гайд качественного исследования и его составление. Модерирование и интервьюирование – основные приемы и типичные ошибки. Анализ данных и представление результатов качественных исследований аудитории.

IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические работы (18 час., в том числе 9 час. в интерактивной форме)

Практическое занятие № 1. «Теоретические основы исследования аудитории медиа». (3 час.) Занятие проводится с использованием метода активного обучения «Дискуссия».

Практическое занятие № 2. «Измерение аудитории» (3 час.) Занятие проводится с использованием метода активного обучения «Дискуссия».

Практическое занятие № 3. «Медиаметрические показатели». (4 час.) Занятие проводится с использованием метода активного обучения «Дискуссия» и кейс-задачи. В начале занятия каждому студенту выдается методический материал, содержащий теоретический материал по пройденной теме, варианты заданий и решение типового задания. Сначала, вместе с преподавателем разбирается и повторяется теоретический материал по теме.

Практическое занятие № 4. «Специальные (ad hoc) количественные исследования аудитории» (4 час.)

Практические занятия № 5. «Качественные исследования аудитории». (4 час.) Занятие проводится с использованием кейс-задачи.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Методы исследования аудитории» включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Вид самостоятельной работы	Дата/сроки выполнения	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	Подготовка к практическому заданию	1-2 неделя	2	Выполнение практического задания к занятию
2	Подготовка к практическому заданию	3-4 неделя	2	Выполнение практического задания к занятию
3	Подготовка к практическому заданию	5-6 неделя	2	Выполнение практического задания к занятию
4	Подготовка к практическому заданию	7-8 неделя	2	Выполнение практического задания к занятию
5	Подготовка к практическому заданию	9-10 неделя	2	Выполнение практического задания к занятию
6	Подготовка к практическому заданию	11-12 неделя	2	Выполнение практического задания к занятию
7	Подготовка к практическому заданию	13-14 неделя	2	Выполнение практического задания к занятию
8	Подготовка к практическому заданию	15-17 неделя	4	Выполнение практического задания к занятию

Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом, соответствует более глубокому усвоению изучаемого курса, формирует навыки исследовательской работы и ориентирует на умение применять теоретические знания на практике.

Материалом для подготовки могут стать конспекты лекций, профессиональная литература, учебно-методическое обеспечение дисциплины.

Изучение дисциплины предполагает следующие виды самостоятельной работы студентов в течение семестра:

- Работа над подготовкой к практическим занятиям в форме коллоквиума, практикам-консультациям с элементами дискуссии.

- Подготовка к рубежному устному опросу.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента по дисциплине «Методы исследования аудитории» предусматривает:

- поиск дополнительной литературы, к которой студенты могут прибегать при возникновении особой заинтересованности в конкретной теме;
- определение перечня контрольных вопросов, позволяющих студентам самостоятельно проверить качество полученных знаний;
- организацию консультаций преподавателя со студентами для разъяснения вопросов, вызывающих у студентов затруднения при самостоятельном освоении учебного материала.

Дополнительными формами самостоятельной работы являются групповые и индивидуальные задания, выступающие продолжением аудиторных занятий и направленные на овладение практическими навыками по основным разделам дисциплины.

Критерии оценки работы на практическом занятии

На практическом занятии студент должен продемонстрировать умение быстро и полно отвечать на вопросы, заданные преподавателем, кратко и емко излагать свою точку зрения на проблему, соблюдая установленный регламент (не более 5 минут на выступление), свободно ориентироваться во всех вопросах по теме практического занятия, при необходимости дополняя выступления одногруппников.

Количество баллов	Критерии оценки
5	Студент ответил на все вопросы, заданные преподавателем, демонстрирует точное понимание рамок вопроса, знание фактического материала, умение найти подтверждение своей точке зрения в тексте источника, владеет базовой терминологией, способен вступать в полемику с другими выступающими, при необходимости дополнять выступления одногруппников, делать обобщающие выводы по рассмотренной проблеме.
4	Студент ответил на 75% вопросов, заданных преподавателем, демонстрирует точное понимание рамок вопроса, знание фактического материала, умение найти подтверждение своей точке зрения в тексте источника, владеет базовой терминологией, при необходимости стремится дополнить выступления одногруппников.
3	Студент ответил на 50% вопросов, заданных преподавателем, демонстрирует точное понимание рамок вопроса, знание фактического материала, умение найти подтверждение своей точке зрения в тексте источника, владеет базовой терминологией. Студент не проявлял

	инициативу дополнить выступления одnogруппников.
2	Студент ответил на 25% вопросов, заданных преподавателем, ответы давались неполно и нелогично, демонстрируя фрагментарное знание либо искажение фактического материала, базовой терминологии и текста источника. Студент не проявлял инициативу дополнить выступления одnogруппников.
0	Студент не ответил ни на один вопрос, заданный преподавателем, не дополнял выступления одnogруппников и не участвовал в коллективном обсуждении.

Под творческими заданиями понимаются такие учебные задания, которые требуют от студента не простого воспроизводства информации, а творчества, поскольку задания содержат большой или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов. Творческое задание составляет содержание, основу любого интерактивного метода. Творческое задание (особенно практическое и близкое к жизни) придает смысл обучению, мотивирует студента. Неизвестность ответа и возможность найти свое собственное «правильное» решение, основанное на своем персональном опыте и опыте своего коллеги, друга, позволяют создать фундамент для сотрудничества, самообучения, общения всех участников образовательного процесса, включая преподавателя.

Методические рекомендации для подготовки презентаций

Общие требования к презентации:

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора;
- следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) презентации; желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание;
- дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста.

Критерии оценки (письменного/устного доклада, реферата, сообщения, эссе, в том числе выполненных в форме презентаций):

- ✓ 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 презентации доклада:

Оценка	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	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 Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point 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 приведением примеров и/или пояснений

Критерии оценки творческого задания, выполняемого на практическом занятии

✓ 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

✓ 85-76 - баллов - работа студента/группы 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.

✓ 75-61 балл – проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

✓ 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 смыслового содержания раскрываемой проблемы

VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	Пром-ая атт-ция
1	Раздел 1	УК-1.1.Выявляет проблему, осуществляет поиск информации, анализирует и интерпретирует ее на основании методов логики и критического мышления для решения поставленных задач в рамках системного подхода	Знает основы критического анализа и синтеза информации. Умеет выделять базовые составляющие поставленных задач и формировать оценочные суждения в профессиональной области Владеет методами анализа и синтеза в решении задач.	УО-1 УО-2 Вопросы для коллоквиума к практическому занятию №1,2 ПР-11 Задание к практическому занятию №3-5	Вопросы к экзамену у 1-18
		УК-1.2 Осуществляет синтез полученной информации на основании принципов логики, критического подхода и системной организации данных	Знает методы поиска информации Умеет ранжировать информацию Владеет методами интерпретации информации		
		УК-1.3 Формирует обоснованную и логически последовательную позицию, аргументирует свою точку зрения на основе системного подхода	Знает принципы формирования логически последовательной и научно обоснованной позиции. Умеет аргументировать свою точку зрения на основе системного		

		и критического анализа, предлагает возможные варианты решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений	подхода и критического анализа. Владеет навыками поиска и логического сопоставления вариантов решения поставленной научной задачи с учетом возможной критики и ограничений.		
2	Раздел 2	ПК-4.1. Разрабатывает и формирует маркетинговую стратегию медиапроекта и (или) медиапродукта, в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет»	Знает роль маркетинговых исследований в управлении медиапредприятием, маркетинговые технологии, технологии бренд-менеджмента и стратегии, технологии сегментирования медиарынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов, особенности функционирования информационно-коммуникационной сети «Интернет». Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области медиамаркетинга, интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций. Владеет навыками разработки концепции продвижения медиапроекта и (или) медиапродукта, навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации, навыками разработки плана мероприятий по продвижению		

			медиапроекта и (или) медиапродукта.		
		<p>ПК-4.2. Проводит исследования статистической и аналитической информации (в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет»), характеризующей ситуацию на медиарынке, а также ищет и отбирает организации, осуществляющие маркетинговые исследования, необходимые для анализа ситуации на рынке медиауслуг</p>	<p>Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, основы маркетинговых технологий.</p> <p>Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на медиапроект и (или) медиапродукт, существенные характеристики целевой аудитории потребителей, составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования.</p> <p>Владеет навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на медиарынке, навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на медиарынке, навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на медиарынке, навыками контроля выполнения договора, приемка результатов</p>		

			<p>маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на медиарынке.</p>		
		<p>ПК-4.3. Контролирует и оценивает эффективность результатов продвижения медиапроекта и (или) медиапродукта, в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями медиапродукта и (или) медиапроекта. Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение медиапродукта и (или) медиапроекта, находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, анализировать результаты продвижения медиапродукта и (или) медиапроекта на основе полученных данных. Владеет навыками разработки системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению медиапродукта и (или) медиапроекта, навыками организации сбора информации об узнаваемости продвигаемого медиапродукта и (или) медиапроекта, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемого медиапродукта и (или) медиапроекта, навыками анализа эффективности продвижения</p>		

			медиапродукта и (или) медиапроекта, способностью разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения медиапродукта и (или) медиапроекта.		
--	--	--	--	--	--

VII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Брезгина, К. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / К. В. Брезгина, Е. А. Антинескул, А. А. Ясырева. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 141 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83809.html>
2. Роберт, Роуз Управление контент-маркетингом : практическое руководство по созданию лояльной аудитории для вашего бизнеса / Роуз Роберт, Пулицци Джо ; перевод В. Иващенко. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 228 с. — ISBN 978-5-00057-076-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/39436.html>
3. Лазарева, А. Ю. Количественные методы социологического исследования : учебно-методическое пособие / А. Ю. Лазарева. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 60 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/55479.html>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Маликова, Н. Н. Дизайн и методы социологического исследования : учебное пособие / Н. Н. Маликова, О. В. Рыбакова. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. — 232 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/69591.html>
2. Климантова, Г. И. Методология и методы социологического исследования : учебник для бакалавров / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 256 с. — ISBN 978-5-394-03248-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85623.html> (дата обращения: 15.01.2020).

3. Ильиных, С. А. Методология и методы социологического исследования : учебное пособие / С. А. Ильиных. — Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2020. — 368 с. <http://www.iprbookshop.ru/106149.html>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Изучение дисциплины проводится на основе рейтинговой технологии. При осуществлении образовательного процесса используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (PowerPoint, Word), Open Office, Skype, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Подготовка и выполнение практических заданий. По каждой теме дисциплины предлагаются вопросы и практические задания. Перед выполнением заданий изучите теорию вопроса, предполагаемого к исследованию. Самостоятельная работа студентов заключается:

- в подготовке к практическим занятиям в форме консультаций и дискуссий;
- в выполнении индивидуальных и групповых заданий,
- в подготовке к защите курсовой работы,
- в подготовке к итоговому собеседованию.

Цель практических (семинарских) занятий – научить студентов самостоятельно анализировать учебную и научную литературу и вырабатывать у них опыт самостоятельного мышления по проблемам курса, а также выработать навыки практического применения теоретических знаний. Как правило, семинары проводятся в виде практик-консультаций с элементами дискуссии. При этой форме работы отдельным студентам могут поручаться сообщения по тому или иному вопросу, а также ставя дополнительные вопросы, как всей аудитории, так и определенным участникам обсуждения.

IX. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия по дисциплине могут проводиться в следующих помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным

обеспечением, расположенных по адресу 690022, г. Владивосток, о.Русский, п. Аякс, 10:

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы ¹	Оснащенность специальных помещений и помещений для проведения учебных занятий, для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебные аудитории для проведения учебных занятий:		
690922, Приморский край, г.Владивосток, о.Русский, п.Аякс, 10, этаж 5, № 216	<p>Аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа. Комплекты учебной мебели (столы и стулья), ученическая доска. Компьютерный класс.</p> <p>Мультимедийный комплекс: Матричный коммутатор DVI 4x4. Extron DXP 44 DVI PRO, Усилитель-распределитель DVI сигнала, Extron DVI DA2, Мультимедийный проектор, Mitsubishi EW330U, 3000 ANSI Lumen, 1280x800, Экран проекционный ScreenLine Trim White Ice, 50 см черная кайма сверху, размер, Документ-камера Avervision CP355AF, Сетевая видеочасть Multipix MP-HD718, Усилитель мощности, Extron XPA 2001-100V, Цифровой аудиопроцессор, Extron DMP 44 LC, Микрофонная петличная радиосистема UBЧ диапазона Sennheiser EW 122 G3 в составе, Сетевой контроллер управления Extron IPL T S4, Комплект удлинителей DVI по витой паре (передатчик/приёмник), Extron DVI 201 Tx/, Врезной интерфейс с системой автоматического втягивания кабелей TLS TAM 201 Stan, 3 Акустических системы для потолочного монтажа с низким профилем, Extron SI 3CT LP, ЖК-панель 47", Full HD, LG M4716CCBA, Преобразователь сигнала SD/HD/3G-SDI в формат HDMI 1.3. Multipix 3G HD-SDI TO H, Кодек видеоконференцсвязи LifeSizeExpress 220-Codeonly- Non-AES в составе:коде, Расширение для контроллера управления Extron IPL T CR48, 16 Моноблоков ПК HP Pro All-in-One 3520(D5S10EA)</p>	<p>Microsoft Office. Номер лицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2020-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC «Softline Trade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18.</p> <p>ESET NOD32 Secure Enterprise. Контракт с ООО «Софтлайн Проекты» № ЭА-091-18 от 24.04.2018. Дата окончания 01.03.2019.</p> <p>BLACKBOARD Learn. Сублицензионное соглашение BLACKBOARD с ООО «Отраслевые порталы» №2906/1 от 29.06.2012, постоянное (бессрочное) исключительное право на использование программного обеспечения. Заказ на покупку 032901.</p>
Помещения для самостоятельной работы:		
этаж 10, № 477	<p>Аудитории для самостоятельной работы студентов. Комплекты учебной мебели (столы и стулья)</p> <p>Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 115 шт.</p> <p>Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox</p> <p>Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330</p>	<p>Microsoft Windows 7 Pro MAGic 12.0 Pro, Jaws for Windows 15.0 Pro, Open book 9.0, Duxbury BrailleTranslator, Dolphin Guide (контракт № A238-14/2);</p> <p>Неисключительные права на использование ПО Microsoft рабочих станций пользователей (контракт ЭА-261-18 от 02.08.2018):</p>

¹ В соответствии с п.4.3. ФГОС

	(WC5330C). Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530 (WC7530CPS). Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. 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	- лицензия на клиентскую операционную систему; - лицензия на пакет офисных продуктов для работы с документами включая формат.docx , .xlsx , .vsd , .ppt.; - лицензия па право подключения пользователя к серверным операционным системам , используемым в ДВФУ : Microsoft Windows Server 2008/2012; - лицензия на право подключения к серверу Microsoft Exchange Server Enterprise; - лицензия па право подключения к внутренней информационной системе документооборота и порталу с возможностью поиска информации во множестве удаленных и локальных хранилищах, ресурсах, библиотеках информации, включая порталные хранилища, используемой в ДВФУ: Microsoft SharePoint; - лицензия на право подключения к системе централизованного управления рабочими станциями, используемой в ДВФУ: Microsoft System Center.
--	--	--

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.

Х. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Методы исследования аудитории» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине «Методы исследования аудитории» проводится в

форме контрольных мероприятий, практических занятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим 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. По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Для оценивания степени усвоения теоретических знаний, практических умений и навыков используются оценочные средства в виде УО-1 Собеседование, УО-2 Коллоквиум, ПР-11 Кейс-задача.

Критерии оценки указаны ниже.

Перечень оценочных средств

Код ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимися на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Методы исследования аудитории» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

В зависимости от вида промежуточного контроля по дисциплине и формы его организации могут быть использованы различные критерии оценки знаний, умений и навыков. Промежуточная аттестация включает в себя выполнение всех практических заданий по курсу.

Критерии оценки (устный ответ)

✓ 100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

✓ 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценки творческого задания, выполняемого на практическом занятии

✓ 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

✓ 85-76 - баллов - работа студента/группы 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.

✓ 75-61 балл – проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

✓ 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 смыслового содержания раскрываемой проблемы

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов на экзамен:

1. Какие факторы влияют на особенности организации эффективного медиавоздействия?
2. Что предопределило достаточно частый и широкомасштабный характер исследований целевых аудиторий?
3. Как развивалась сфера предоставления медиаметрических услуг в России?
4. Какие методы панельных исследований вы знаете? Дайте характеристику их достоинств и недостатков.

5. В чем заключается проблема определения выборки в медиаметрическом исследовании?
6. Какие методы чаще всего используют в исследованиях аудитории периодических изданий?
7. В чем заключаются достоинства и недостатки очных и телефонных опросов в медиаметрии?
8. Назовите основные методы исследования радио- и телеаудитории.
9. В чем преимущества и недостатки ведения дневников наблюдения?
10. Раскройте технологию исследования аудитории с помощью электронных счетчиков.
11. Какие тенденции развития измерительных технологий наблюдаются на рынке медиаметрических исследований?
12. Какие характеристики фиксируются в медиаизмерениях? В каких случаях применяются единичные и общие показатели медиаизмерений?
13. Какая практика сложилась в практике выделения временных отрезков вещания в зависимости от активности аудитории?
14. Какие существуют стандартные формы представления результатов прикладных исследований аудитории, на основе которых можно получить информацию о социально-демографических характеристиках аудитории и особенностях их медиапотребления?
15. С чем связана все более растущая привлекательность Интернета для рекламодателей?
16. Какие методы используются при исследовании и замерах аудитории Интернета? Дайте их краткую характеристику.
17. Какие достоинства и недостатки существуют в Online-опросах?
18. В чем заключаются принципы работы интернет-статистики?
19. Для чего может быть использована информация об аудитории Интернета, полученной через анализ поисковой системе?
20. Дайте характеристику основных статистических сервисов, предоставляющих информацию об интернет-пользователях.
21. В чем заключаются преимущества и ограничения статистической информации, предоставляемых интернет-счетчиками?

Итоговым контролем по дисциплине является – **экзамен (5 семестр)**, экзамен проводится аудиторно по билетам, в которых по 3 вопроса. Принцип комплектования билетов вопросами основан на учебной программе курса, билеты составлены по тематическому принципу. Основанием для сдачи экзамена аудиторно является выполнение всех практических заданий по курсу.

Образец экзаменационного билета

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
Школа искусств и гуманитарных наук

ООП 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Дисциплина «Методы исследования аудитории»

Форма обучения Очная

Семестр _____ учебного года

Реализующий Департамент коммуникаций и медиа

Экзаменационный билет № 1

1. Какие факторы влияют на особенности организации эффективного медиавоздействия?
2. Что предопределило достаточно частый и широкомасштабный характер исследований целевых аудиторий?
3. Как развивалась сфера предоставления медиаметрических услуг в России?

Директор Департамента _____

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене
по дисциплине «Методы исследования аудитории»:**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
100-85	<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал по основам редакторского дела, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, обозначает особенности применения тех или иных методов работы редактора в зависимости от ситуаций, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, владеет и использует в решении задач нормативно-правовую базу, способен использовать современные технические средства для оптимизации, унификации и модернизации работы редактора.
85-76	<i>«хорошо»</i>	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. Использует основной терминологический аппарат по технологии редакционно-издательского процесса, способен решить стандартные практические задачи по редакторскому делу, знает основные нормативно-

		правовые акты, влияющие на способы и методы работы редактора.
75-61	<i>«удовлетворительно»</i>	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, не владеет способами и методами работы редактора с фактическим материалом, не владеет нормативно-правовыми актами и не применяет их.
60-50	<i>«неудовлетворительно»</i>	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.

Составитель _____ И.П. Куманева

(подпись)

« ____ » _____ 2021 г.

Вопросы для коллоквиума по дисциплине «Методы исследования аудитории»

Примерные вопросы для Практических занятий №1, 2.

Какие факторы влияют на особенности организации эффективного медиавоздействия?

Что предопределило достаточно частый и широкомасштабный характер исследований целевых аудиторий?

Какие задачи ставят перед собой организации, занимающиеся медиаметрическими исследованиями?

С чем связана возрастающая необходимость медиаметрических исследований в современном мире?

Чем было обусловлено возникновение в 30-х годах XX века в США потребность в независимых медиаисследованиях?

Какие крупнейшие международные исследовательские фирмы относятся к лидерам в медиаметрических исследованиях?

Как развивалась сфера предоставления медиаметрических услуг в России?

Какие существуют способы предоставления результатов медиаметрических исследований маркетинговыми компаниями?

Критерии оценки:

- 4 балла - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры;
- 3 - балла - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы и т.д. Однако допускается одна - две неточности в ответе.
- 1-2 - балла – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.
- 0 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Составитель _____ И.П. Куманева
(подпись)

« ____ » _____ 20 21 г.

Кейс-задача №1

по дисциплине «Методы исследования аудитории»

Задание:

Задание соответствует Практическому занятию №3. Проанализируйте предложенный преподавателем или выбранный самостоятельно текст/тексты СМИ с применением изученного и избранного вами методологического подхода, методов и конкретных методик. Обоснуйте выбор методологического «инструментария».

Примерный текст:

Прочитайте приведенное ниже выступление Генерального директора ОАО «Первый канал» К.Эрнста, принявшем участие в дискуссии на тему «Стратегия развития медиаизмерений» на XVI Международном конгрессе Национальной ассоциации теле вещателей, прошедшем в ноябре 2012 года. Какие проблемы, существующие на рынке медиаизмерений, поднимает К.Эрнст? «...Я не хочу критиковать методы компании TNS, а хотел бы произнести некий короткий спич более общего содержания. Я думаю, что каждая индустрия заслуживает того измерителя, который она имеет. Просто больно смотреть, как российское телевидение летает в полном тумане по разбитым приборам и делает вид, что все нормально. Каждый более-менее заметный канал выбрал для себя лидерство в какой-нибудь фиктивной группе (одинокие прыщавые девушки 18-25, непонятно кто 25-54 и все мы исключаем младенцев четыре плюс). И делают вид, что страшно довольны. В основе этого в первую очередь лежит базовая идея: измерение в России создали продавцы рекламы, создали только для продажи. Но у телеканалов есть и другие задачи, кроме продажи рекламы. Мне кажется, что эти задачи не менее важны. Например, сохранение единого информационного пространства или отражение времени, в котором мы все живем. А как мы их решаем, мы достоверно не знаем. Так как должны честно сказать, никаких достоверных данных о том, как смотрят телевидение в России в последние годы, у нас нет. С 2004 года в России нет никакого легитимного измерителя. Блестящая операция главы WPP Мартина Соррела, кстати, основного владельца TNS, по покупке победившей на тендере компании AGP и блокирование ее в России, блестящая, но довольно циничная бизнес-операция... Телевидение привлекает к себе, в первую очередь, очень энергичных, амбициозных людей, замотивированных на личный успех. Что, с одной стороны, является мощной движущей силой этой индустрии, а с другой - эти особенности приводят к маргинализации этого вида человеческой деятельности. Договориться внутри индустрии о чем-то, в общем, практически невозможно. Вы все это знаете. Хотелось бы обратиться к коллегам с призывом, что есть вещи в нашей жизни и поважнее продажи рекламы. А продавцам рекламы, уважаемым нами людьми, собственно, благодаря деньгам которых во многом мы имеем это качественное телевидение, - вам не надоело, что вас так дурят? Мне кажется, что в наступившую эпоху глобальной экономической культурной турбулентности всем нам (телеканалам, рекламодателям) надо сесть и договориться, что вместо того, чтобы покупать у сисадминов базу с адресами домохозяйств, где установлены пиплметры, как это сделали в Турции или на Украине, возможно, в России, нам необходимо создание нового

измерителя, использующего все современные способы исследования и авторизованного 17 всеми участниками рынка. И это не должен быть TNS. Просто у TNS слишком долгая, слишком затейливая история, для того чтобы достичь консенсуса на основе этой компании. В свою очередь, до создания и начала работы нового измерителя после индустриального аудита TNS, компания, безусловно, должна продолжить свою работу. Еще раз хочу повторить, я не собираюсь озвучивать какие-то претензии к TNS. Просто за последние почти 15 лет на основе их данных индустрия не может объединиться. Более того, новый измеритель должен исследовать не только рекламоемкие населенные пункты, но и всю страну. Не только в интересах продажи рекламы, но и в интересах исследования телевизионных предпочтений граждан Российской Федерации. Мне кажется, что это важно».

Критерии оценки:

- ✓ 0 баллов, если работа представлена преподавателю.
- ✓ 3 балла, если работа выполнена удовлетворительно.
- ✓ 4 балла, если работа выполнена хорошо.
- ✓ 5 баллов, если работа выполнена отлично.

Составитель _____ И.П. Куманева
(подпись)

« _____ » 2021 г.

Кейс-задача №2

по дисциплине «Методы исследования аудитории»

Задание:

Задание соответствует Практическим занятиям №3. Проанализируйте отчет о рейтинге самых популярных передач на ПЕРВОМ КАНАЛЕ, воспользовавшись результатами измерения <https://mediascope.net/data/>, <https://mediascope.net/otc-rkn/> .

Критерии оценки:

- ✓ 0 баллов, если работа представлена преподавателю.
- ✓ 3 балла, если работа выполнена удовлетворительно.
- ✓ 4 балла, если работа выполнена хорошо.
- ✓ 5 баллов, если работа выполнена отлично.

Составитель _____ И.П. Куманева
(подпись)

« ____ » _____ 2021 г.

Кейс-задача №3

по дисциплине «Методы исследования аудитории»

Задание:

Задание соответствует Практическому занятию №4.

Статистика запросов предлагает уникальный шанс не только собрать информацию о вашей целевой аудитории и тех сайтах, которые у нее вызывают наибольший интерес (для размещения на них контекстной рекламы), а также проанализировать конкурентоспособность вашей продукции и те регионы, где она пользуется повышенным интересом. Зайдите на сайт «Статистика ключевых слов на Яндексе» (<http://wordstat.yandex.ru>) и проанализируйте интерес интернет-посетителей к Дальневосточной ипотеке жителей Приморья по сравнению с интересом к данной продукции жителей России и других стран. В каких регионах данная информация пользуется повышенным интересом. Где интерес к данной информации отсутствует? Как можно использовать статистику запросов в решении практических и научно-исследовательских задач специалистам в области коммуникаций?

Критерии оценки:

- ✓ 0 баллов, если работа представлена преподавателю.
- ✓ 3 балла, если работа выполнена удовлетворительно.
- ✓ 4 балла, если работа выполнена хорошо.
- ✓ 5 баллов, если работа выполнена отлично.

Составитель _____ И.П. Куманева
(подпись)

« ____ » _____ 2021 г.

Кейс-задача №4

по дисциплине «Методы исследования аудитории»

Задание:

Задание соответствует Практическому занятию №4.

Воспользовавшись счетчиком Liveinternet, размещенном на сайте www.Liveinternet.ru/rating/ru, составьте сравнительную характеристику ТОП10 самых популярных сайтов в России и регионах Дальнего Востока за последние три месяца. Какие выводы можно сделать, основываясь на этих данных, о специфике предпочтений. О каких ограничениях, влияющих на достоверность данных, следует помнить, анализируя отчеты счетчиков?

Проанализируйте услуги статистического сервиса компании Яндекс «Яндекс. Метрика» и ответьте на вопросы:

- Какие услуги предлагает сервис?
- Какие данные позволяет узнать счетчик (демо-версия)?
- Что такое целевой звонок?
- Что позволяет узнать о посетителях Яндекс.Метрика?
- Что такое вебвизор?

Проанализируйте работу системы Google Analytics (интерфейс) и ответьте на следующие вопросы:

- Какие возможности предоставляет данная система?
- Исследуйте панель навигации сервиса. Как сгруппированы отчеты?
- В чем преимущества веб-аналитики, предоставляемой сервисом Google Analytics?

Критерии оценки:

- ✓ 0 баллов, если работа представлена преподавателю.
- ✓ 3 балла, если работа выполнена удовлетворительно.
- ✓ 4 балла, если работа выполнена хорошо.
- ✓ 5 баллов, если работа выполнена отлично.

Составитель _____ И.П. Куманева
(подпись)

« ____ » _____ 2021 г.

Кейс-задача №5

по дисциплине «Методы исследования аудитории»

Задание:

Задание соответствует Практическому занятию №5.

Проведите сегментацию рынка города Владивостока в следующих отраслях:

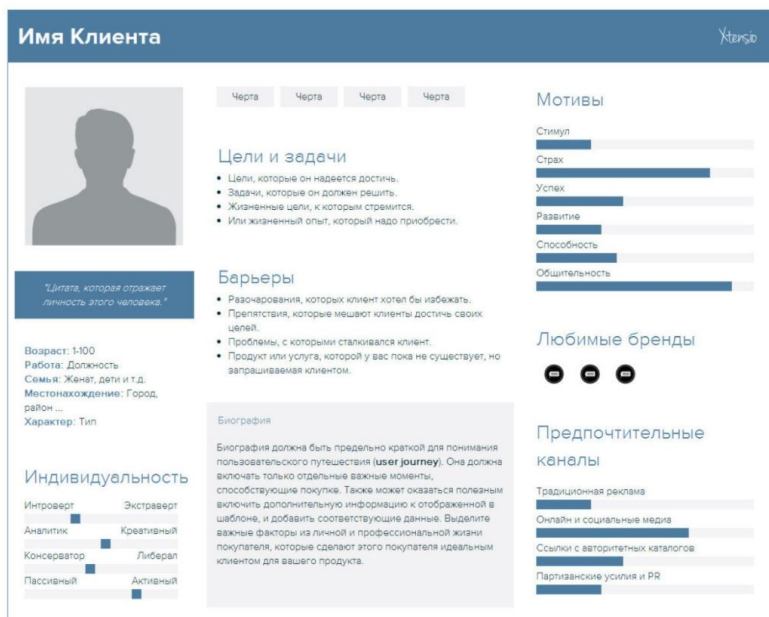
- индустрия красоты

- периодическая печать
- книжные магазины.

Используйте разные типы сегментации:

- демографический
- психографический
- поведенческий
- географический.

На основе проведенной сегментации дайте портрет потребителя по следующему примеру:



Воспользуйтесь сервисом <https://xtensio.com/>.

Сделайте ваши исследования целевой аудитории как можно более полными. Для этого проводите опросы ваших посетителей. Но помните, чем больше вопросов, тем меньше респондентов готовы принимать участие в опросе, и ответы будут более низкого качества.

Для разработки опросника воспользуетесь пятью базовыми критериями. Это позволит вам сформулировать свою бизнес концепцию и достичь заметных успехов.

1. Что? Что вы предлагаете клиентам и что необходимо клиентам (потребительская ценность)?
2. Кому? Какие группы клиентов вы обслуживает?
3. Когда? Как часто вы планируете продавать свои услуги?
4. Где? На каком рынке вы работает или на какой рынок собирается выйти? Например, географические рынки, торговые или каналы продаж ...
5. Почему? Почему клиент выберет ваши услуги? Что отличают ваши услуги от конкурентов?

Используйте Интернет для проведения опросов. В сети вы найдете достаточное количество специализированных сервисов.

- ✓ 0 баллов, если работа представлена преподавателю.
- ✓ 3 балла, если работа выполнена удовлетворительно.
- ✓ 4 балла, если работа выполнена хорошо.
- ✓ 5 баллов, если работа выполнена отлично.

Составитель _____ И.П. Куманева

(подпись)

« ____ » _____ 2021 г.