



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
Продвижение медиапроектов
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: канд. ист. наук доцент Куманева И.П.

Владивосток
2023

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:

Цель: формирование у студентов понимания продвижения в среде потенциальных клиентов, формирования бизнес-плана и знание набора требуемой емкости клиентской базы. Понимание базовых понятий, а также умение использовать на практике основных правил ведения социальных сетей.

Задачи:

Для достижения поставленной цели выделяются следующие задачи курса:

- изучение возможностей структур, позволяющих сопровождать проекты различных направлений в любом из российских регионов.

- изучение процессов продвижения продукта в современных условиях;

Для успешного изучения дисциплины «Продвижение медиапроектов» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность усваивать лекционный материал;
- способность логически мыслить;
- умение формулировать и четко излагать мнение по заданной теме;
- способность определять целевую аудиторию, составлять общий портрет целевой аудитории, а затем более детально конкретного человека, которому будет полезен проект.

- сущность медиакommunikации, знание ее базовых характеристик.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) должна обеспечивать формирование у выпускника всех компетенций, установленных ОПОП.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

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	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

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах	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)
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.
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,	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, основы маркетинговых технологий. 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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
необходимые для анализа ситуации на рынке медиауслуг	<p>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>
ПК-4.3. Контролирует и оценивает эффективность результатов продвижения медиапродукта и (или) медиапроекта, в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет»	<p>Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями медиапродукта и (или) медиапроекта.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Продвижение медиапроектов» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения:

- практические занятия в форме коллоквиума.

II. Трудоемкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачётных единиц (252 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	Лекционные занятия
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	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося					Контроль	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР		
1	Р.І Т.1. Создание и внедрение комплексной стратегии продвижения медиапродукта		5		11		11	54	УО-2
2	Р.І Т.2. Теоретические основы продвижения проектов		5		11		11		УО-2
3	Р.ІІ Т.1. Основы управления проектами		5		11		11		УО-2
4	Р.ІІ Т.2. Основные подходы к управлению проектами		5		11		11		УО-2
5	Р.ІІ Т.3. Тенденции		5		11		11		УО-2
6	Р.ІІ Т.4. Виды каналов распространения медиапродукции		5		11		11		УО-2
7	Р.ІІ Т.5. Создание контента для распространения медиапродукта		6		15		15		УО-2
	Итого		36		81		81	54	экзамен

III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лекции (36 часов, в том числе 9 час. в интерактивной форме)

Раздел I. Проектная деятельность: создание и внедрение проекта, поиск целевой аудитории (8 часа)

Тема 1. Создание и внедрение комплексной стратегии продвижения медиапроекта (4 часа)

Основные теоретические аспекты маркетинга и интернет-маркетинга. Основные стратегии продвижения проектов, используя онлайн среду. Обзор инструментов для измерения ключевых показателей эффективности деятельности организации. Этапы разработки стратегии продвижения проекта, сроки реализации проекта.

Тема 2. Теоретические основы продвижения проектов (4 часа, 3 часа в интерактивной форме - лекция-беседа)

Определение маркетинга и интернет-маркетинга. Продвижение проекта или продукта посредством использования рекламы, PR, event-менеджмента и прочего. Продвижение в интернете. Этапы продвижения: предварительный, этап выхода проекта, этап зрелости проекта.

Раздел II. Продвижение медиапродукции (28 часов)

Тема 1. Основы управления проектами (4 часа)

Что такое управление проектами. Основа: время, стоимость и содержание. Заказчик и исполнитель.

Тема 2. Основные подходы к управлению проектами (4 часа)

Модель водопад (каскадная модель). Стадии каскадной модели: Итеративная модель. Гибкая методология разработки (agile-методы).

Тема 3. Тенденции (4 часа)

Современный медиарынок, в основе которой лежат принципы свободы слова и демократизации редакционных процессов, использования рыночных механизмов и внедрения новых информационных технологий.

Тема 4. Виды каналов распространения медиапродукции (8 часов, 3 часа в интерактивной форме - лекция-беседа)

Три основных вида каналов распространения контента: собственные каналы (owned media), «заработанные» или бесплатные каналы (earned media), и платные каналы (paid media). Что они собой представляют и как их использовать.

Тема 5. Создание контента для распространения медиапродукта (8 часа, 3 часа в интерактивной форме - лекция-беседа)

Процесс создания традиционного рекламного продукта включает: формирование идеи сообщения; выбор вариантов сообщения; исполнение; уникальное торговое предложение (УТП); метод эвристического мышления; мозговой штурм; технология синектики.

IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия (81 час, в том числе 72 час. в интерактивной форме)

Занятие 1. Создание и внедрение комплексной стратегии продвижения медиапроекта (11 часов, в том числе 10 часов с использованием МАО — коллоквиум)

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.

Занятие 2. Теоретические основы продвижения проектов (11 часов, в том числе 10 часов с использованием МАО — коллоквиум)

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.

Занятие 3. Основы управления проектами (11 часов, в том числе 10 часов с использованием МАО — коллоквиум)

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.

Занятие 4. Основные подходы к управлению проектами (11 часов, в том числе 10 часов с использованием МАО — коллоквиум)

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются

на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.

Занятие 5. Тенденции (11 часов, в том числе 10 часов с использованием МАО — коллоквиум)

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.

Занятие 6. Виды каналов распространения медиапродукции (11 часов, в том числе 10 часов с использованием МАО — коллоквиум)

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.

Занятие 7. Создание контента для распространения медиапродукта (14 часов, в том числе 12 часов с использованием МАО — коллоквиум)

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Продвижение медиапроектов» 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 «Продвижение медиапроектов»

№ п/	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной	Примерные нормы	Форма контроля
------	-----------------------	---------------------	-----------------	----------------

п		работы	времени на выполнение	
1	1 неделя	Подготовка к практическому занятию	9 часов	Участие в групповой дискуссии (Практическое занятие №1)
2	2-3 неделя	Подготовка к практическому занятию	9 часов	Участие в групповой дискуссии (Практическое занятие №2)
3	4-5 неделя	Подготовка к практическому занятию	9 часов	Подготовка кейс-задачи (Практическое занятие №3)
4	6-7 неделя	Подготовка к практическому занятию	9 часов	Подготовка кейс-задачи (Практическое занятие №4)
5	8-9 неделя	Подготовка к практическому занятию	9 часов	Участие в групповой дискуссии (Практическое занятие №5)
6	10-11 неделя	Подготовка к практическому занятию	9 часов	Подготовка кейс-задачи (Практическое занятие №6)
7	12-13 неделя	Подготовка к практическому занятию	9 часов	Участие в групповой дискуссии (Практическое занятие №7)
8	14-15 неделя	Подготовка к практическому занятию	9 часов	Подготовка кейс-задачи (Практическое занятие №8)
9	16-17 неделя	Подготовка к практическому занятию	9 часов	Участие в групповой дискуссии (Практическое занятие №9)

Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная деятельность студентов направлена на:

- расширение и углубление профессиональных знаний по отдельным темам;
- освоение умений использования знаний для решения прикладных задач;
- усвоение умений и навыков практической работы;
- развитие умений самопознания и саморазвития.

Для подготовки к занятиям в форме дискуссий: изучение материалов лекции, с которым связана тема практического занятия; изучение рекомендованной литературы по теме занятия, составление конспекта прочитанного, а затем группировка информации и составление плана устного ответа на каждый вопрос.

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 одноклассников.

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 одноклассников, 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 одноклассников.
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 одноклассников.
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 одноклассников.
0	Студент не ответил ни на один вопрос, заданный преподавателем, не дополнял выступления одноклассников и не участвовал в коллективном обсуждении.

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

VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел I. Проектная деятельность: создание и внедрение проекта, поиск целевой аудитории	ПК-4.1. Разрабатывает и формирует маркетинговую стратегию медиапроекта и (или) медиапродукта, в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет»	<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)</p>	УО-2 Коллоквиум (Пр. занят. №1-4)	Вопросы к экзамену 1-7

			<p>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 исследование 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. 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. 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</p>		

			исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на медиарынке.		
2	Раздел II. Продвижение медиапродукции	ПК-4.3. Контролирует и оценивает эффективность результатов продвижения медиапродукта и (или) медиапродукта, в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет»	<p>Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями медиапродукта и (или) медиапроекта.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	УО-2 Коллоквиум (Пр. занят. №5-8)	Вопросы к экзамену 8-14

VII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Шелонаев, С. И. Управление проектами в СМИ : учебное пособие / С. И. Шелонаев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 72 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/102985.html>
2. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 452 с. IPR BOOKS : [сайт]. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78249.html>
3. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 268 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68990.html>

Дополнительная литература

1. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для вузов / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 330 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00952-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450564>
2. Чилингир, Е. Ю. Медиаанализ и медиапланирование : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 103 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/95334.html>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Microsoft Office Professional Plus 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.);

7Zip 9.20 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных.

VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Студентам при освоении дисциплины «Продвижение медиапроектов» необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей учебной программы дисциплины (далее — РПУД), с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими

разработками по данной дисциплине, имеющимся на образовательном портале и сайте университета, с графиком консультаций преподавателей кафедры.

Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям (теоретический курс)

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Именно поэтому контроль над систематической работой студентов всегда находится в центре внимания кафедры. Студентам необходимо перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы.

Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции, перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций).

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Студентам следует приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию, до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия, при подготовке к практическим занятиям следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу.

В начале занятий можно задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения. В ходе семинара давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов, на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание поставленных задач, в случае затруднений обращаться к преподавателю. Студенты, не отчитавшиеся по каждой не проработанной ими на занятиях теме к началу зачетной сессии, упускают возможность получить положенные баллы за работу в соответствующем семестре.

Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной

дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны выполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПУД, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на консультациях неясные вопросы.

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 6, № помещения 282	Аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа. Комплекты учебной мебели (столы и стулья), ученическая доска. Мультимедийный комплекс: Матричный коммутатор DVI 4x4. Extron DXP 44 DVI PRO, Усилитель-распределитель DVI сигнала, Extron DVI DA2, Мультимедийный проектор, Mitsubishi FD630U, 4000 ANSI Lumen, 1920x1080, Экран проекционный Projecta Elpro Electrol, 300x173 см, размер рабочей области 2, 3 ЖК-панели 42", Full HD, LGM4214CCBA, Сетевая видеокамера Multipix MP-HD718, Усилитель мощности, Extron XPA 2001-100V, Цифровой аудиопроцессор, Extron DMP 44 LC, 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, 4 Акустических системы для потолочного монтажа с низким профилем, Extron SI 3CT LP, Преобразователь сигнала	

¹ В соответствии с п.4.3. ФГОС

	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	
Помещения для самостоятельной работы:		
этаж 10, № 477	Аудитории для самостоятельной работы студентов. Комплекты учебной мебели (столы и стулья) Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 115 шт. Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330 (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	Microsoft Windows 7 Pro MAGic 12.0 Pro, Jaws for Windows 15.0 Pro, Open book 9.0, Duxbury BrailleTranslator, Dolphin Guide (контракт № А238-14/2); Неисключительные права на использование ПО Microsoft рабочих станций пользователей (контракт ЭА-261-18 от 02.08.2018): - 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

Итоговым контролем по дисциплине является – экзамен в 7 семестре, экзамен проводится аудиторно в виде контрольного опроса. Промежуточная аттестация проводится посредством рейтинговой системы. Для успешной подготовки к итоговому контролю предлагается выполнить практические задания по всем темам дисциплины.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

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

Для оценивания степени усвоения теоретических знаний, практических умений и навыков используются оценочные средства в виде УО-2 Коллоквиум.

Перечень оценочных средств

Код ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УО-2	Коллоквиум	Обсуждение отдельных частей, разделов, тем, вопросов изучаемого курса. Служит формой проверки и повышения знаний студентов.	Вопросы для коллоквиума

Критерии оценки указаны ниже.

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Продвижение медиапроектов» 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.

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 выставления оценки студенту на экзамене по дисциплине
«Продвижение медиапроектов»**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка зачета/экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
100-86	«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.
85-76	«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.
75-61	«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.
60-50	«незачтено»/ «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного «не материала, допускает существенные ошибки, зачтено»/ неуверенно, с большими затруднениями выполняет «неудовлетв практические работы. Как правило, оценка «орительно» «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену:

1. Опишите процесс продвижения продукта в современных условиях.
2. Каким образом можно определить целевую аудиторию, составить общий портрет целевой аудитории?
3. Опишите основные теоретические аспекты маркетинга и интернет-маркетинга.
4. Опишите основные стратегии продвижения проектов, используя онлайн среду.
5. Провести обзор инструментов для измерения ключевых показателей эффективности деятельности организации.
6. Какие существуют основные проблемные зоны в существующей стратегии продвижения компании
7. Приведите примеры общих и локальных целей медиамаркетинга.
8. Что такое концепция маркетинга? Какие концепции маркетинга вы знаете?
9. Назовите типовые разделы плана маркетинга.
10. Какие критерии сегментации рынка вам известны?
11. В чем заключается основа деятельности по позиционированию медиапродукта на рынок?
12. Что такое «структура медиа»?
13. Дайте определение продвижению медиапродукта на рынке.
14. Назовите преимущества и недостатки использования схемы распространения медиа через собственные каналы распространения?

Оценочные средства для текущей аттестации

Вопросы для коллоквиума

по дисциплине «Продвижение медиапроектов»

Вопросы для Практических занятий № 1.

1. Стратегия продвижения медиаконтента на рынке
2. Стратегия продвижения рекламного медиаконтента в социальных сетях
3. Привлечение рекламодателей.

Вопросы для Практических занятий № 2.

1. Что содержит в себе понятие «продвижение проектов»?
2. Определите задачи продвижения проектов.
3. Основные инструменты продвижения проектов.

Вопросы для Практических занятий № 3.

1. Что такое инициирование проекта?
2. Основные этапы планирования проекта.
3. Управление рисками проекта.
4. Что такое жизненный цикл проекта?

Вопросы для Практических занятий № 4.

1. В чем суть «метода водопада»?
2. Преимущества и недостатки бережливого стартапа.
3. Метод критического пути: плюсы и минусы.
4. Особенности гибкой методологии разработки.

Вопросы для Практических занятий № 5.

1. Тенденции развития современного медиарынка.
2. Влияние свободы слова и демократизации редакционного процесса на развитие медиарынка.
3. Рыночные отношения как основа развития медиа России.

Вопросы для Практических занятий № 6.

1. Каковы преимущества рекламы в СМИ?
2. Преимущества и недостатки размещения рекламных объявлений в журналах.
3. Каковы преимущества и недостатки рекламы на транспорте?

4. Преимущества и недостатки радио как канала распространения рекламы. Жанры радиорекламы.

5. Преимущества и недостатки наружной рекламы?

Вопросы для Практических занятий № 7.

1. Редакционный процесс как основа создания медиапроекта.

2. Стадии создания медиапродукта.

3. Виды контента для продвижения медиапродукции.

4. Преимущества и недостатки разных видов медиаконтента для продвижения в соц. сетях.