

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о подписи:
ФИО: Выборцова Любовь Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.12.2021 15:25:36
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Социальные технологии и гуманитарные науки»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.11 Медиапланирование

Направление подготовки:

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) программы бакалавриата:

«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая учебная программа дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 512 (зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г. № 47220).

Разработчик РПД:

к.с.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

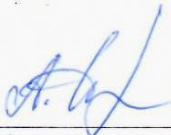

(подпись)

О.В. Кораблева

(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Директор научной библиотеки


(подпись)

Н. В. Еремина

Начальник управления по информатизации


(подпись)

В. В. Обухов

РПД утверждена на заседании кафедры «Социальные технологии и гуманитарные науки» «20» мая 2020 г. протокол № 9.

Заведующий кафедрой, д.с.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)


(подпись)

С. В. Явон

СОГЛАСОВАНО:

Начальник научно-методического отдела


(подпись)

Н. М. Шемендюк

Рабочая программа дисциплины утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета Протокол № 6 от 20.05.2020 г.

Срок действия рабочей программы дисциплины до 26.06.2024 г.

АННОТАЦИЯ

Б.1.В.11 Медиапланирование

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриат (Модуль направленности (профиля))

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) * для профессиональных компетенций
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Знает: - методы, инструменты, принципы и технологии медиа-планирования; - рынок СМИ, специфику СМИ отрасли; - принципы и способы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; - специфику использования медиа в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Умеет: - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; - применять методы, инструменты, принципы и технологии медиапланирования; Владет: - навыками применения методов, инструментов, принципов и технологий медиа-планирования в рамках реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Профессиональный стандарт 06.013 Специалист по информационным ресурсам Требования рынка труда Требования работодателей Обобщение отечественного и зарубежного опыта
ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы	ИПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	Знает: - принципы и технологии медиапланирования; - технологии медиарилейшнз; - современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта Умеет: - использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования; - использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта Владет:	Профессиональный стандарт 06.013 Специалист по информационным ресурсам Требования рынка труда Требования работодателей Обобщение отечественного и зарубежного опыта

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) * для профессиональных компетенций
		- основами построения медиарилейшнз и медиапланирования	
ПК-4 Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями	ИПК-4.1. Участвует в подготовке различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций ИПК-4.2. Работает с большими объемами информации; осуществляет мониторинг появления необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках	Знает: - логику и особенности подготовке различных типов контента в системе медиа; - специфику и применимость типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций Умеет: - адаптировать процесс выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями Владеет: - навыками выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями	Профессиональный стандарт 06.013 Специалист по информационным ресурсам Требования рынка труда Требования работодателей Обобщение отечественного и зарубежного опыта

Краткое содержание дисциплины:

Современное медиапланирование в России.

Бриф для медиаплана.

Средства распространения рекламы в медиапланировании.

Медиамикс в медиапланировании.

Процесс медиапланирования.

Медиаисследования в медиапланировании.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у профессиональных компетенций, необходимых для решения следующих задач профессиональной деятельности:

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности
сфера рекламы и связей с общественностью.	организационный	организация процесса создания коммуникационного продукта (презентационных материалов)
	авторский	осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы/связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации
	технологический	участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий

К основным задачам изучения дисциплины относится подготовка обучающихся к выполнению следующих трудовых функций в соответствии с профессиональными стандартами:

Наименование профессиональных стандартов (ПС)	Код, наименование и уровень квалификации ОТФ, на которые ориентирована дисциплина	Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована дисциплина
06.013 Специалист по информационным ресурсам	ОТФ В. Создание и редактирование информационных ресурсов, уровень квалификации - 5	В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях
Требования рынка труда Требования работодателей Обобщение отечественного и зарубежного опыта	ОТФ. Реализация коммуникационной стратегии	- Тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии - Организация взаимодействия со средствами массовой информации - Организация взаимодействия с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, представляющими инфраструктуру рынка - Организация цифровых коммуникаций

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) * для профессиональных компетенций
--------------------------------	--	---	--

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Знает: - методы, инструменты, принципы и технологии медиа-планирования; - рынок СМИ, специфику СМИ отрасли; - принципы и способы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; - специфику использования медиа в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Умеет: - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; - применять методы, инструменты, принципы и технологии медиапланирования; Владеет: - навыками применения методов, инструментов, принципов и технологий медиа-планирования в рамках реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Профессиональный стандарт 06.013 Специалист по информационным ресурсам Требования рынка труда Требования работодателей Обобщение отечественного и зарубежного опыта
ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы	ИПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	Знает: - принципы и технологии медиапланирования; - технологии медиарилейшнз; - современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта Умеет: - использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования; - использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта Владеет: - основами построения медиарилейшнз и медиапланирования	Профессиональный стандарт 06.013 Специалист по информационным ресурсам Требования рынка труда Требования работодателей Обобщение отечественного и зарубежного опыта
ПК-4. Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями	ИПК-4.1. Участвует в подготовке различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций ИПК-4.2. Работает с большими объемами информации; осуществляет мониторинг появления необходимой	Знает: - логику и особенности подготовке различных типов контента в системе медиа-; - специфику и применимость типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций Умеет: - адаптировать процесс выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями	Профессиональный стандарт 06.013 Специалист по информационным ресурсам Требования рынка труда Требования работодателей

	информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках	Владеет: - навыками выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями	Обобщение отечественного и зарубежного опыта
--	--	--	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриат (Модуль направленности (профиля)).

Освоение дисциплины осуществляется в 6 семестре (очная форма обучения), в 7 семестре (заочная форма обучения).

Дисциплины, на освоение которых опирается данная дисциплина:

- Основы интегрированных коммуникаций в коммерческой сфере.

Дисциплины, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины:

- Коммуникационный менеджмент в коммерческой сфере;
- Управление проектами в рекламе и связях с общественностью.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **4 з.е. (144 час.)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоемкость, час
Формат изучения дисциплины (традиционный или с использованием элементов электронного обучения)	с использованием элементов электронного обучения
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	56/18
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	24/8
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	32/10
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	61/117
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	61/117
Выполнение курсового проекта /курсовой работы	- /-
Контроль (часы на экзамен)	27/9
Промежуточная аттестация	Экзамен

3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов **ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения учебной работы
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторн ые работы, час	Практическ ие занятия, час		
ПК-1: ИПК-1.1-1.2, ПК-3: ИПК-3.1, ПК-4: ИПК-4.1, ИПК-4.2	Тема 1. Современное медиапланирование в России	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 1. Современное медиапланирование в России			6		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				10	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1-1.2, ПК-3: ИПК-3.1, ПК-4: ИПК-4.1, ИПК-4.2	Тема 2. Бриф для медиаплана	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 2. Бриф для медиаплана			4		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				10	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1-1.2, ПК-3: ИПК-3.1, ПК-4: ИПК-4.1, ИПК-4.2	Тема 3. Средства распространения рекламы в медиапланировании	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 3. Средства распространения рекламы в медиапланировании			8		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				10	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям Выполнение практического задания
ПК-1: ИПК-1.1-1.2, ПК-3: ИПК-3.1, ПК-4: ИПК-4.1, ИПК-4.2	Тема 4. Медиамикс в медиапланировании	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 4. Медиамикс в медиапланировании			4		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				10	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1-1.2, ПК-3: ИПК-3.1,	Тема 5. Процесс медиапланирования	4				Лекция-визуализация

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения учебной работы
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторн ые работы, час	Практическ ие занятия, час		
ПК-4: ИПК-4.1, ИПК-4.2	Практическое занятие Тема 5. Процесс медиапланирования			4		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				10	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1-1.2, ПК-3: ИПК-3.1, ПК-4: ИПК-4.1, ИПК-4.2	Тема 6. Медиаисследования в медиапланировании	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 6. Медиаисследования в медиапланировании			6		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				11	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям Выполнение практического задания
	ИТОГО	24	-	32	61	

**Формы и критерии текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
(технологическая карта для студентов ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)**

Формы текущего контроля	Условия допуска	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр.точку	Макс. возм. кол-во баллов
Доклад/сообщение/ответы на тестовые вопросы	допускаются все студенты	8	5	40
Выполнение практических заданий	допускаются все студенты	2	10	20
Подготовка тестовых вопросов по темам лекционных занятий	допускаются все студенты	2	10	20
Подготовка и защита реферата по выбранной теме	допускаются все студенты	1	10	10
Подготовка презентации по выбранной теме	допускаются все студенты	1	10	10
	Итого по дисциплине	14		100 баллов

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
		Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Экзамен (по накопительному рейтингу или устно-письменный опрос)	допускаются все студенты	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
		пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
				70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов **ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы						Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа			Формы проведения контактной работы : лекций, лабораторных, практических занятий	Самостоятельная работа		
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		в часах	формы организации самостоятельной работы	
ПК-1: ИПК-1.1-1.2, ПК-3: ИПК-3.1, ПК-4: ИПК-4.1, ИПК-4.2	Тема 1. Современное медиапланирование в России	1		1	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	18	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1-1.2, ПК-3: ИПК-3.1, ПК-4: ИПК-4.1, ИПК-4.2	Тема 2. Бриф для медиаплана	1		1	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	18	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1-1.2, ПК-3: ИПК-3.1, ПК-4: ИПК-4.1, ИПК-4.2	Тема 3. Средства распространения рекламы в медиапланировании	2		3	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	22	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям Выполнение практического задания
ПК-1: ИПК-1.1-1.2, ПК-3: ИПК-3.1, ПК-4: ИПК-4.1, ИПК-4.2	Тема 4. Медиамикс в медиапланировании	1		1	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	18	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1-1.2, ПК-3: ИПК-3.1, ПК-4: ИПК-4.1, ИПК-4.2	Тема 5. Процесс медиапланирования	1		1	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	18	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1-1.2, ПК-3: ИПК-3.1, ПК-4: ИПК-4.1, ИПК-4.2	Тема 6. Медиаисследования в медиапланировании	2		3	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	23	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям Выполнение практического задания
	ИТОГО	8		10		117		

**Формы и критерии текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
(технологическая карта для студентов ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)**

Формы текущего контроля	Условия допуска	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр.точку	Макс. возм. кол-во баллов
Доклад/сообщение/ответы на тестовые вопросы	допускаются все студенты	8	5	40
Выполнение практических заданий	допускаются все студенты	2	10	20
Подготовка тестовых вопросов по темам лекционных занятий	допускаются все студенты	2	10	20
Подготовка и защита реферата	допускаются все студенты	1	10	10
Подготовка презентации по выбранной теме	допускаются все студенты	1	10	10
	Итого по дисциплине	14		100 баллов

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
		Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Экзамен (по накопительному рейтингу или устно-письменный опрос)	допускаются все студенты	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
		пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
				70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по дисциплине в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоемкость контактной работа в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- проблемное обучение;
- разбор конкретных ситуаций.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии за набранными за семестр баллами. Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено

числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

4.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 5.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут использовать в специализированных аудиториях для самостоятельной работы компьютеры, обеспечивающему доступ к программному обеспечению, необходимому для изучения дисциплины, а также доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС).

Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература

1. Хапенков, В. Н. Рекламная деятельность в торговле : учеб. для вузов по направлению 38.03.06 "Торговое дело" / В. Н. Хапенков, Г. Г. Иванов, Д. В. Федюнин. - Документ read. - Москва : ФОРУМ [и др.], 2019. - 368 с. - Прил. - URL: <https://znanium.com/read?id=355018> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-8199-0533-3. - 978-5-16-006276-1. - Текст : электронный.

2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2020. - 324 с. - Слов. - URL: <https://znanium.com/read?id=358550> (дата обращения: 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный.

3. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. - 5-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К [и др.], 2020. - 272 с. : ил. - Крат. слов.-справ. - URL: <https://znanium.com/read?id=358568> (дата обращения: 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03640-8. - Текст : электронный.

4. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. для студентов бакалавриата по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2018. - 486 с. - (Учебные издания для бакалавров). - URL: <https://znanium.com/read?id=358566> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный.

Дополнительная литература

5. Барежев, В. А. Организация и проведение PR-кампаний. Краткий курс : учеб. пособие для вузов по направлению "Соц.-экон. образование" / В. А. Барежев, А. А. Малькевич. - Санкт-Петербург : Питер, 2010. - 166 с. - (Краткий курс). - Глоссарий. - ISBN 978-5-49807-195-4 : 114-40. - Текст : непосредственный.

6. Лашкова, Е. Г. Организация и проведение коммуникационных кампаний : учеб. для студентов вузов по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Е. Г. Лашкова, А. И. Купенко. - Москва : Академия, 2014. - 272 с. : табл. - (Высшее профессиональное образование. Бакалавриат). - Слов. терминов. - ISBN 978-5-7695-6747-6 : 526-00. - Текст : непосредственный.

7. Ньюсом, Д. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз : [учебник] / Д. Ньюсом, Терк, Дж., Д. Крукеберг ; [пер. с англ. О. В. Дубицкой [и др.]]. - 7-е изд. - Москва : ИМИДЖ-Контакт [и др.], 2001. - 628 с. : табл. - (Современные консалтинговые технологии). - ISBN 5-94369-007-7. - 5-16-000794-7 : 54-61. - Текст : непосредственный.

8. Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации : учеб. для вузов по направлениям подгот. 38.03.06 "Торговое дело" и 41.03.06 "Публич. политика и соц. науки" / А. А. Романов, И. М. Синяева, В. А. Поляков. - Документ read. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2018. - 383 с. : ил. - URL: <https://znanium.com/read?id=372535> (дата обращения: 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0194-0. - 978-5-16-004217-6. - Текст : электронный.

9. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учеб. пособие для вузов по направлению подгот.

(специальности) "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К [и др.], 2016. - 334 с. - Глоссарий. - Прил. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=414955> (дата обращения: 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный.

5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 - . - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 09.04.2020). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
2. ГАРАНТ.RU : информ. – правовой портал : [сайт] / ООО «НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». – Москва, 1990 - . - URL: <http://www.garant.ru> (дата обращения 09.04.2020). - Текст : электронный.
3. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». – Москва, 1992 - . - URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 09.04.2020). - Текст : электронный.
4. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010 - . - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
5. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - . - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
6. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011 - . - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5.3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	MicrosoftWindows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	MicrosoftOffice	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа. Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Занятия семинарского типа. Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с

возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

- компьютерные классы университета;
- библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети «Интернет».

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС).

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

8.1.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям (Темы докладов/сообщений)

Семинарские занятия. Тема 1. Современное медиапланирование в России

Темы докладов/сообщений:

1. Понятия «медиапланирование», «рекламный носитель», «подходы медиапланирования»
2. История медиапланирования
3. Место и роль медиапланирования в рекламе
4. Мировые и отечественные тенденции развития медиапланирования
5. Исходные маркетинговые данные для медиапланирования
6. Основные параметры медиапланирования

Семинарские занятия. Тема 2. Бриф для медиаплана

Темы докладов/сообщений:

1. Цели и задачи медиапланирования.
2. Функции брифа для медиаплана
3. Виды брифов для медиаплана

Семинарские занятия. Тема 3. Средства распространения рекламы в медиапланировании

Темы докладов/сообщений:

1. Директ-мейл.
2. Пресса.
3. Телевидение.
4. Радио.
5. Наружная реклама.
6. Интернет.
7. Реклама на локальных носителях.
8. Сувенирная реклама.
9. Реклама на людях и животных.
10. Новейшие средства и носители рекламы

Семинарские занятия. Тема 4. Медиамикс в медиапланировании

Темы докладов/сообщений:

1. Понятие медиамикса
2. Условия применения медиамикса
3. Ошибки при расчете медиамикса

Семинарские занятия. Тема 5. Процесс медиапланирования

Темы докладов/сообщений:

1. Изучение исходных данных.
2. Медиаобсчет
3. Посткампейн
4. Тестирование медиаплана
5. Коррекция медиаплана

Семинарские занятия. Тема 6. Медиаисследования в медиапланировании

Темы докладов/сообщений:

1. Современный рынок медиаисследований.
2. Виды исследований.
3. Исследования аудитории различных СМИ.
4. Проблемы медиаисследований.

8.1.2. Типовые практические задания к семинарским занятиям

Практическое задание № 1 (к семинарскому занятию по теме 3)

Составьте таблицу с характеристикой ведущих носителей печатной рекламы в городе, включая газеты, журналы, каталоги, справочники, стационарные и транзитные средства.

Наименование	Периодичность	Формат	Объем	Аудитория	Недостатки

Практическое задание № 2 (к семинарскому занятию по теме 6)

Используя поисковые системы и информационных ресурсов по медиапланированию заполните таблицу «Технические инновации в производстве наружной рекламы на примере г. Самара/или Тольятти».

Рекламное агентство Самара/Тольятти (изготовитель)	Вид наружной рекламы	Технические возможности (краткое описание)	Рекламные возможности (особенности воздействия на потребителя)	Стоимость изготовления	Преимущества для рекламодателя (плюсы размещения – – скидки и т.д.)

8.1.4. Типовые темы докладов, рефератов, презентаций

Темы рефератов/презентаций

1. Роль и место медиапланирования в рекламной кампании.
2. Взаимосвязь медиаплана и бюджетного плана рекламной кампании.
3. Понятие медиаплана и его основные составляющие.
4. Этапы медиапланирования в процессе решения задач рекламной кампании.
5. Преимущества и недостатки радио как рекламоносителя.
6. Специфика, преимущества и недостатки телевидения как рекламоносителя.
7. Специфика, преимущества и недостатки наружной рекламы как рекламоносителя.
8. Специфика, преимущества и недостатки печати (газет и журналов) как рекламоносителя.
9. Специфика, преимущества и недостатки интернета как рекламоносителя.
10. Критерии выбора медианосителя.
11. Основные показатели медиапланирования.
12. Сущность рейтинга и его роль в медиапланировании.
13. Характеристики охвата и частоты в медиапланировании.
14. Типология отечественных средств массовой информации.
15. Источник (рекламодатель), как составная часть коммуникационной цепи.
16. Кодирование и декодирование информации в рекламном процессе.
17. Формы размещения рекламного сообщения в Интернете.
18. Формы размещения рекламного сообщения на ТВ.
19. Медиаисследования в медиапланировании. Роль и этапы.
20. Направления исследований в медиапланировании.

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе промежуточной аттестации по дисциплине

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине – экзамен по результатам накопительного рейтинга или в форме устно-письменного опроса (очная и заочная формы обучения).

Примерные вопросы для экзамена
(ИПК-1.1-1.2, ИПК-3.1, ИПК-4.1, ИПК-4.2)

1. Понятия «медиапланирование», «рекламный носитель», «подходы медиапланирования»
2. Место и роль медиапланирования в рекламе
3. Мировые и отечественные тенденции развития медиапланирования
4. Исходные маркетинговые данные для медиапланирования
5. Основные параметры медиапланирования
6. Цели и задачи медиапланирования.
7. Функции брифа для медиаплана
8. Виды брифов для медиаплана
9. Директ-мейл.
10. Пресса как рекламоноситель.
11. Телевидение как рекламоноситель.
12. Радио как рекламоноситель.
13. Наружная реклама как рекламоноситель.
14. Интернет как рекламоноситель.
15. Реклама на локальных носителях.
16. Сувенирная реклама.
17. Реклама на людях и животных.
18. Новейшие средства и носители рекламы.
19. Понятие медиамикса.
20. Условия применения медиамикса.
21. Ошибки при расчете медиамикса.
22. Изучение исходных данных.
23. Медиаобсчет.
24. Посткампейн.
25. Тестирование медиаплана.
26. Коррекция медиаплана.
27. Современный рынок медиаисследований.
28. Виды исследований.
29. Исследования аудитории различных СМИ.
30. Проблемы медиаисследований.