

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

---

Кафедра №82

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель направления

проф., д.т.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

А.П. Ястребов

(подпись)

« 20 » 05. 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Массовые коммуникации и медиапланирование»

(Название дисциплины)

Код направления	38.03.06
Наименование направления/ специальности	Торговое дело
Наименование направленности	Реклама в торговой деятельности
Форма обучения	заочная

Санкт-Петербург 2019 г.

## Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил(а)

ДОЦ., К.Э.Н., ДОЦ.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

14.05.19г.

Л.В. Рудакова

инициалы, фамилия

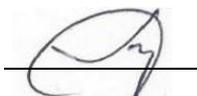
Программа одобрена на заседании кафедры № 82

«15»\_\_05\_\_2019г, протокол №\_\_10\_\_

Заведующий кафедрой № 82

Д.Э.Н.,ДОЦ.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19 г.

А.С. Будагов

инициалы, фамилия

Ответственный за ОП 38.03.06(03)

ДОЦ., К.Э.Н., ДОЦ.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19г

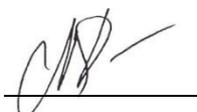
Л.В. Рудакова

инициалы, фамилия

Заместитель директора института (факультета) № 8 по методической работе

ДОЦ.,К.Э.Н.,ДОЦ.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19г

Л.Г. Фетисова

инициалы, фамилия

## Аннотация

Дисциплина «Массовые коммуникации и медиапланирование» входит в вариативную часть образовательной программы подготовки обучающихся по направлению «38.03.06 «Торговое дело » направленность «Реклама в торговой деятельности». Дисциплина реализуется кафедрой №82.

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника

общекультурных компетенций:

общекультурных компетенций:

ОК-5 «способность к самоорганизации и самообразованию»;

общепрофессиональных компетенций:

ОПК-1 «способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности».

профессиональных компетенций:

ПК-1 «способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением функционирование средств массовых коммуникаций в современном социуме, знание закономерностей развитие и специфике отдельных средств массовых коммуникаций, а также роль и место медиапланирования в структуре рыночной экономике.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: *лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.*

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский».

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

### 1.1. Цели преподавания дисциплины

Целью дисциплины «Массовые коммуникации и медиапланирование» является формирование у студентов профессиональной подготовки в области изучения функционирования средств массовых коммуникаций в современном социуме, знание закономерностей развития и специфике отдельных средств массовых коммуникаций, а также роль и место медиапланирования в структуре рыночной экономики.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

ОК-5 «способность к самоорганизации и самообразованию»:

- знать понятия «самоорганизация», «самоконтроль», «самообразование»;
- уметь системно анализировать, обобщать информацию, формулировать цели и самостоятельно находить пути их достижения;
- владеть навыками использования в образовательном процессе разнообразных ресурсов;
- иметь опыт деятельности в области самоконтроля и самоанализа.

ОПК-1 «способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности»:

- знать основные стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- уметь решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры;
- владеть навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

ПК-1 «способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству»:

- знать теоретические основы формирования рационального ассортимента товаров и управления ассортиментом и качеством товаров;
- уметь оформлять и контролировать рекламационную документацию, способствовать предотвращению и улаживанию конфликтных ситуаций, связанных с выявлением дефектов товаров;
- владеть навыками, эффективно осуществлять контроль качества товаров; иметь опыт деятельности по приемке и учету товаров по количеству и качеству

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина базируется на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- Маркетинг;
- Коммерческая деятельность;

- Рекламная деятельность;
- Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:
- Электронная реклама;
  - Технология производства пропаганды конкурентных свойств товара.

### 3. Объем дисциплины в ЗЕ/академ. час

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 1

Таблица 1 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№7
1	2	3
<b>Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/(час)</b>	4/ 144	4/ 144
<i>Аудиторные занятия, всего час., В том числе</i>	12	12
лекции (Л), (час)	4	4
Практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	8	8
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
Экзамен, (час)	9	9
<b>Самостоятельная работа, всего</b>	123	123
<b>Вид промежуточной аттестации:</b> зачет, экзамен, дифференцированный зачет ( <b>Зачет.</b> <b>Экз. Дифф. зач</b> )	Экз.	Экз.

## 4. Содержание дисциплины

### 4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий

Разделы и темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 2.

Таблица 2. – Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 7					
РАЗДЕЛ 1. Роль массовых	2				

коммуникаций в обществе Тема 1.1. Массовая коммуникация в обществе: функциональный подход. Тема 1.2. Механизмы осуществления роли системы массовых коммуникаций в жизни социума Тема 1.3. Проблема эффектов и эффективности системы массовых коммуникаций. Тема 1.4. Деятельность системы массовых коммуникаций как реализация интересов разных социальных субъектов Тема 1.5. Системы массовых коммуникаций как социальный институт и вид бизнеса		2			31
		2			31
РАЗДЕЛ 2. Основные характеристики средств массовых коммуникаций Тема 2.1. Специфика функций отдельных средств массовых коммуникации Тема 2.2. Основные и вспомогательные медиаканалы и медианосители Тема 2.3. Планирование медиакампании Тема 2.4. Расчет бюджета медиакампании	2				
		2			31
		2			30
Итого в семестре:	4	8			123
Итого:	4	8	0	0	123

#### 4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 3.

Таблица 3 - Содержание разделов и тем лекционных занятий

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	<p><b>Тема 1.1. Массовая коммуникация в обществе: функциональный подход</b> Понятие коммуникации. Особенности коммуникации в социальном организме. Технологические и социальные революции как фактор изменений в средствах и функциях массовых коммуникаций. Функции системы массовых коммуникаций в обществе (информирование, воспитание, снятие напряжения, коммуникации, организация поведения). Инновационные процессы в обществе и их механизмы. Рекламы в структуре современных масс-медиа.</p> <p><b>Тема 1.2. Механизмы осуществления роли системы массовых коммуникаций в жизни социума</b> Теория и виды коммуникации. Сознание индивида и массовое сознание. Система массовых коммуникаций и индивид. Индивидуальные и социальные интересы. Формы и способы влияния группового и общественного мнения на личность. Роль ценностных ориентаций: соотношение структурной, фундаментальной и оперативной информации. Место стереотипа в обществе. Схема коммуникативного процесса как сосуществование докоммуникативной, коммуникативной и посткоммуникативной фаз.</p> <p><b>Тема 1.3. Проблема эффектов и эффективности системы массовых коммуникаций</b> Понятие цели и результата деятельности. Цена достижения цели. Цели коммуникатора и цели аудитории. Понятие «дерева целей». Эффекты и эффективность коммуникации. Определение эффективности в зависимости от</p>

	<p>стадии воздействия информационного сообщения на индивида. Способы измерения эффектов и эффективности коммуникации. Российский опыт изучения массовой коммуникации.</p> <p><b>Тема 1.4. Деятельность системы массовых коммуникаций как реализация интересов разных социальных субъектов</b></p> <p>Масс медиа в структуре современной общественной жизни. Социальные интересы. Субъекты социальных интересов. Государство, политические силы, общественное мнение, рекламодатели, структуры связей с общественностью, бизнес, аудитория, личность как социальные субъекты, реализующие свои интересы с помощью системы массовых коммуникаций. Роль законодательства, профессиональных кодексов этике, неформализованных способов (норм, традиций, морали) в регуляции этих отношений.</p> <p><b>Тема 1.5. Системы массовых коммуникаций как социальный институт и вид бизнеса</b></p> <p>Определение целей использования системы массовых коммуникаций. Влияние форм собственности на деятельность информационных органов. Проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала. Информационный продукт. Факторы определяющие границы и состав аудитории. Производство информационного продукта. Понятие качества издания. Стандарты качества информации. Формы и способы контроля над качеством. «Массовидные» вкусы аудитории. Глобализация информационных потоков на современном этапе. Проблемы информационного общества.</p>
2	<p><b>Тема 2.1. Специфика функций отдельных средств массовой коммуникации</b></p> <p>Преимущества и недостатки газет с точки зрения размещения информации. Особенности коммуникационных объявлений в печатных СМИ. Журналы, их преимущества и недостатки. Перспективы газет и журналов. Радио и телевидение как медианосители. Возможности Интернета как медианосителя. Формы присутствия коммуникативной информации в системы массовых коммуникаций. Проблема контекста, количества и содержания коммуникационных объявлений и способы влияния общества на деятельность системы массовых коммуникаций. Понятие скрытой рекламы и информации. Влияние рекламы на содержание прессы. Эффективность средств массовой коммуникации.</p> <p><b>Тема 2.2. Основные и вспомогательные медиаканалы и медианосители</b></p> <p>Новейшие информационные каналы. Прямое почтовое послание. Рассылка в каждый дом. Наружные медиаканалы и носители. Транзитный медиаканал. Сейлз промоушн как инструмент увеличения продаж. Организация мест продаж. Выставочное и ярмарочное дело. Классификация выставок и ярмарок. Особенности их организации и проведения. Стимулирующие мероприятия в рамках экспозиции. Директ маркетинг. Формирование групп рекламного воздействия. Реализация программ лояльности. Реклама, медиапланирование и публик рилешнз: общее и специфическое. Спонсорство и организация событийных акций.</p> <p><b>Тема 2.3. Планирование медиакампании</b></p> <p>Понятие медиакампании. Социологическое обеспечение медийных кампаний в системе массовых коммуникаций. Стратегия медиакампаний. Структура плана. Оценка итогов медиакампании. Оценочные исследования и тесты: тест на запоминание, на убедительность, узнаваемость. Фокус – группы. Выбор медианосителей (газет и журналов) на основе «цены за тысячу». Охват аудитории как медиакритерий выбора телевизионного или радиоканала. Критерии выбора других медиаканалов распространения информации.</p> <p><b>Тема 2.4. Расчет бюджета медиакампании</b></p> <p>Ценообразование, тарифы и скидки на размещение коммуникационных материалов в различных медианосителях. Понятие медиабайинга и</p>

<p>медиасейлинга. Методы составления бюджета медиакмпании. Зависимость между стоимостью товара, расходами на рекламу и объемом продаж. Выбор информационного канала на основе сравнения тарифов с учетом медиабюджета. Приобретение места для размещения рекламы и информации.</p>
--

#### 4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 4.

Таблица 4 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 7				
1	Тема «Целевая аудитория»	Практическое задание	2	1
2	Тема «Исследование аудитории средств массовой коммуникации»	Практическое задание	2	1
3	Тема «Исследование аудитории средств массовой коммуникации»	Практическое задание	1	2
4	Тема «Механизмы взаимодействия аудитории с информацией средств массовой коммуникации»	Мозговой штурм	1	2
5	История развития массовых коммуникаций	Выездное занятие в музее связи им. Попова	1	2
6	Тема «Основные понятия медиапланирования»	Практическое задание	1	2
Всего:			8	

#### 4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено			
Всего:			

#### 4.5. Курсовое проектирование (работа)

Учебным планом не предусмотрено

#### 4.6. Самостоятельная работа студентов

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 7, час
1	2	3
<b>Самостоятельная работа, всего</b>	123	123
изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	63	63
Контрольные работы заочников	40	40
Подготовка к текущему контролю (ТК)	20	20

## 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю);

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы студентов указаны в п.п. 8-10.

## 6. Перечень основной и дополнительной литературы

### 6.1. Основная литература

Перечень основной литературы приведен в таблице 7.

Таблица 7 – Перечень основной литературы

Шифр	Библиографическая ссылка / URL адрес	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
ISBN 978-5-238-01769-3.	Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с. - <a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=391919">http://znanium.com/bookread2.php?book=391919</a>	
ISBN 2832-9.	Массовые коммуникации и медиапланирование: учебное пособие / Е. Л. Головлева. — Ростов н/Д: Феникс, 2018. — 250 с. — (Высшее образование).	

### 6.2. Дополнительная литература

Перечень дополнительной литературы приведен в таблице 8.

Таблица 8 – Перечень дополнительной литературы

Шифр	Библиографическая ссылка/ URL адрес	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст :	

	электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1093675">https://znanium.com/catalog/product/1093675</a>	
--	--	--

## 7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины

URL адрес	Наименование
<a href="http://rkn.gov.ru/">http://rkn.gov.ru/</a>	РОСКОМНАДЗОР

## 8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

### 8.1. Перечень программного обеспечения

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10 – Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1.	Microsoft Windows 7 418-7 от 14.06.2013 110-7 от 28.02.2019
2.	Microsoft Office Standard 1031-3 от 31.07.2018

### 8.2. Перечень информационно-справочных систем

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	ЭБС ZNANIUM
2	ЭБС издательства ЛАНЬ

## 9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Состав материально-технической базы представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	<b>Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа</b> – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).	
2	<b>Учебная аудитории для проведения занятий семинарского типа</b> - укомплектована специализированной	

	(учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации	
3	<b>Помещение для самостоятельной работы</b> – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации	Читальный зал библиотеки; 21-17-кабинет курсового и дипломного проектирования
4	<b>Учебная аудитории для проведения промежуточной аттестации</b> - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации	

## 10. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

10.1. Состав фонда оценочных средств приведен в таблице 13

Таблица 13 - Состав фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Примерный перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену;

10.2. Перечень компетенций, относящихся к дисциплине, и этапы их формирования в процессе освоения образовательной программы приведены в таблице 14.

Таблица 14 – Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Номер семестра	Этапы формирования компетенций по дисциплинам/практикам в процессе освоения ОП
ОК-5 «способность к самоорганизации и самообразованию»	
1	История управленческой мысли
1	Иностранный язык
1	Математика. Аналитическая геометрия и линейная алгебра
1	История
1	Математика. Математический анализ
1	Информатика
1	Физическая культура
2	Безопасность жизнедеятельности
2	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
2	Иностранный язык
2	Философия
2	Математика. Математический анализ
2	Экономика. Микроэкономика
2	Информатика
3	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
3	Статистика
3	Математика. Теория вероятностей и математическая статистика

3	Экономика организации
3	Иностранный язык
3	Экономика. Макроэкономика
3	Правоведение
4	Мировая экономика и международные экономические отношения
4	Бухгалтерский учет и аудит
4	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
4	Менеджмент
4	Теоретические основы товароведения
4	Иностранный язык
4	Фирменный знак в торговле
5	Бухгалтерский учет и аудит
5	Мировая экономика и международные экономические отношения
5	Рекламная деятельность
5	Маркетинг
5	Социология и политология
5	Коммерческая деятельность
6	Основы электронной коммерции
6	Разработка и технология производства рекламного продукта
6	Система электронных платежей
6	Организация связей с общественностью
6	Таможенные операции
6	Организация рекламной деятельности
6	Телерадиореклама
6	Деловой иностранный язык
7	Маркетинговые исследования
7	Поведение потребителей
7	Информационные технологии
7	Системный анализ
7	Массовые коммуникации и медиапланирование
7	Создание и эксплуатация электронных магазинов
7	Организация и технология торговли
7	Товароведение и экспертиза товаров
7	Мультимедийные технологии в торговой деятельности
7	Электронная реклама
7	Биржевое дело
8	Информация в ИНТЕРНЕТ
8	Страхование коммерческой деятельности
8	Технология производства пропаганды конкурентных свойств товара
8	Качество и конкурентоспособность продукции
8	Торгово-экономические отношения России в современных условиях

8	Идентификация и фальсификация потребительских свойств товаров
8	Транспортное обеспечение торговой деятельности
8	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
9	Организация, технология и проектирование предприятий
9	Управление цепями поставок
9	Международный маркетинг
9	Рекламный маркетинг
9	Контракты международной торговли
9	Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия
9	Основы брендинга
9	Организация коммерции по сферам применения
10	Логистика
10	Правовое регулирование профессиональной деятельности
10	Налоги и налогообложение
10	Товарный консалтинг
10	Основы информационной безопасности
10	Финансово-экономическая экспертиза коммерческой деятельности предприятия
ОПК-1 «способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности»	
1	Информатика
2	Информатика
6	Система электронных платежей
7	Информационные технологии
7	Массовые коммуникации и медиапланирование
8	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
10	Основы информационной безопасности
ПК-1 «способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству»	
4	Теоретические основы товароведения
7	Мультимедийные технологии в торговой деятельности
7	Товароведение и экспертиза товаров
7	Массовые коммуникации и медиапланирование
8	Качество и конкурентоспособность продукции

10.3. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) у обучающихся компетенций применяется шкала модульно–рейтинговой системы университета. В таблице 15 представлена 100–балльная и 4–балльная шкалы для оценки сформированности компетенций.

Таблица 15 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции		Характеристика сформированных компетенций
100-балльная шкала	4-балльная шкала	
$85 \leq K \leq 100$	«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал;</li> <li>- уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li> <li>- опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления;</li> <li>- умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;</li> <li>- делает выводы и обобщения;</li> <li>- свободно владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
$70 \leq K \leq 84$	«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы;</li> <li>- не допускает существенных неточностей;</li> <li>- увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления;</li> <li>- аргументирует научные положения;</li> <li>- делает выводы и обобщения;</li> <li>- владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
$55 \leq K \leq 69$	«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы;</li> <li>- допускает несущественные ошибки и неточности;</li> <li>- испытывает затруднения в практическом применении знаний направления;</li> <li>- слабо аргументирует научные положения;</li> <li>- затрудняется в формулировании выводов и обобщений;</li> <li>- частично владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
$K \leq 54$	«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обучающийся не усвоил значительной части программного материала;</li> <li>- допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении;</li> <li>- испытывает трудности в практическом применении знаний;</li> <li>- не может аргументировать научные положения;</li> <li>- не формулирует выводов и обобщений.</li> </ul>

#### 10.4. Типовые контрольные задания или иные материалы:

##### 1. Вопросы (задачи) для экзамена (таблица 16)

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Развитие теорий массовых коммуникаций</li> <li>2. Типы и виды коммуникаций</li> <li>3. Формы и модели коммуникаций</li> <li>4. Функции массовых коммуникаций</li> <li>5. Основы коммуникативных процессов</li> <li>6. Исследование аудитории на телевидении</li> <li>7. Исследование аудитории на радио</li> <li>8. Исследование аудитории в прессе</li> <li>9. Методические аспекты медиа исследований: вероятностные выборки</li> <li>10. Методические аспекты медиа исследований: невероятностные выборки</li> <li>11. Методы сбора информации эфирных СМИ</li> </ol>

12. Методы сбора информации в прессе 13. Особенности измерения телевизионной аудитории 14. Специализированные коммуникации 15. Субъекты коммуникации и теории их изучения 16. Исследование аудитории системы маркетинговых коммуникаций: личное интервью 17. Исследование аудитории системы маркетинговых коммуникаций: фокус - группы 18. Анализ эффективности рекламных коммуникаций 19. Анализ схемы теории коммуникации и коммуникационных целей 20. Развитие коммуникационных систем, в т.ч. ИМК 21. Коммуникативные модели рекламного воздействия 22. Эффект суггестии в коммуникациях и анализ эффекта 25-го кадра 23. Основные понятия медиапланирования 24. Медийные каналы и их характеристики 25. Расчет основных показателей медиапланирования в прессе и на радио 26. Расчет основных показателей медиапланирования на ТВ и наружной рекламе 27. Особенности разработки медиаплана 28. Медиабриф 29. Определение медиазадач рекламной кампании 30. Стратегия медиапланирования 31. Параметры выбора оптимальной медиастратегии 32. Формирование бюджета стратегического медиапланирования 33. Тактика медиапланирования 34. Баинг 35. Медиапланирование на ТВ 36. Медиапланирование на радио 37. Медиапланирование в прессе 38. Финансовая и социальная реклама, как элемент массовой коммуникации 39. Особенности целевой аудитории в медиапланировании 40. Позиционирование в медиапланировании.
---

2. Вопросы (задачи) для зачета / дифференцированного зачета (таблица 17)

Таблица 17 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифференцированного зачета
	Учебным планом не предусмотрено

3. Темы и задание для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта (таблица 18)

Таблица 18 – Примерный перечень тем для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта

№ п/п	Примерный перечень тем для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта
	Учебным планом не предусмотрено

4. Вопросы для проведения промежуточной аттестации при тестировании (таблица 19)

Таблица 19 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов
	Не предусмотрено

### 5. Контрольные и практические задачи / задания по дисциплине (таблица 20)

Таблица 20 – Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий

№ п/п	Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий
1	Задание № 1 В городе с населением 1450 тыс. человек 250 тыс. человек читали газету «Спорт». Вычислите рейтинг газеты «Спорт».
2	Задание № 2 Разработайте основную стратегию медиапланирования для частной стоматологической клиники специализирующейся на лечение детей.
3	Задание № 3 Доля телевизионной передачи «Время» составила 20. Известно, что в момент выхода передачи телевизор смотрело 60 % населения. Узнайте рейтинг телевизионной передачи.
4	Задание № 4 Рейтинг носителя «Х» 15%, а в целевой группе 25%. Найдите Affinity.
5	Задание № 5 Разработайте 2 тактики медиапланирования для строительного магазина. Сравните их и выберите наиболее оптимальную медиатактику.

10.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и / или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в Положениях «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

## 11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Целью дисциплины является – получение студентами необходимых знаний, умений и навыков в области массовых коммуникаций и медиапланирования, формирование у студентов профессиональной подготовки в области изучения функционирования средств массовых коммуникаций в современном социуме, знание закономерностей развития и специфике отдельных средств массовых коммуникаций, а также роль и место медиапланирования в структуре рыночной экономике.

### Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

### Планируемые результаты при освоении обучающимся лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально–деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

**Структура предоставления лекционного материала по дисциплине «Массовые коммуникации и медиапланирование»:** формулировка темы лекции; указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение; изложение вводной части; изложение основной части лекции; краткие выводы по каждому из вопросов;

#### **Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий**

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающейся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающемуся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Функции практических занятий:

- познавательная;
- развивающая;
- воспитательная.

По характеру выполняемых обучающимся заданий по практическим занятиям подразделяются на:

- ознакомительные, проводимые с целью закрепления и конкретизации изученного теоретического материала;
- аналитические, ставящие своей целью получение новой информации на основе формализованных методов;

– творческие, связанные с получением новой информации путем самостоятельно выбранных подходов к решению задач.

Формы организации практических занятий определяются в соответствии со специфическими особенностями учебной дисциплины и целями обучения. Они могут проводиться:

– в интерактивной форме (решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, игровое проектирование, имитационные занятия, выездные занятия в организации (предприятия), деловая учебная игра, ролевая игра, психологический тренинг, кейс, мозговой штурм, групповые дискуссии);

– в не интерактивной форме (выполнение упражнений, решение типовых задач, решение ситуационных задач и другое).

Методика проведения практического занятия может быть различной, при этом важно достижение общей цели дисциплины.

### **Требования к проведению практических занятий**

**Формами организации практических занятий** в соответствии со специфическими особенностями учебной дисциплины и целями обучения являются: решение типовых задач; занятия с решением ситуационных задач; занятия по моделированию реальных задач; деловые игры; ролевые игры; игровое проектирование; выездные занятия (в организации, учреждения) со специальными заданиями; занятия-конкурсы.

**Типичными структурными элементами практического занятия являются:** вводная часть, основная часть, заключительная часть.

**Вводная часть** обеспечивает подготовку студентов к выполнению заданий работы. В ее состав входят: формулировка темы, цели и задач занятия, обоснование его значимости в профессиональной подготовке студентов; рассмотрение связей данной темы с другими темами курса; изложение теоретических основ работы; характеристика состава и особенностей заданий работы и объяснение подходов (методов, способов, приемов) к их выполнению; характеристика требований к результату работы; вводный инструктаж по технике безопасности при эксплуатации технических средств; проверка готовности студентов к выполнению заданий работы; пробное выполнение заданий под руководством преподавателя; указания по самоконтролю результатов выполнения заданий студентами.

**Основная часть** предполагает самостоятельное выполнение заданий студентами. Может сопровождаться: дополнительными разъяснениями по ходу работы; устранением трудностей при выполнении заданий работы; текущим контролем и оценкой результатов работы; поддержанием в рабочем состоянии технических средств; ответами на вопросы студентов.

**Заключительная часть** содержит: подведение общих итогов (позитивных, негативных) занятия; оценку результатов работы отдельных студентов; ответы на вопросы студентов; выдачу рекомендаций по улучшению показателей работы и устранению пробелов в системе знаний и умений студентов; сбор отчетов студентов по выполненной работе для проверки преподавателем; изложение сведений о подготовке к выполнению следующей работы, в частности, о подлежащей изучению учебной литературе.

Вводная и заключительная части практического занятия проводятся фронтально. Основная часть выполняется каждым студентом индивидуально.

**Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы**

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

**Тематика рефератов по дисциплине «Массовые коммуникации и медиапланирование»:**

1. Реклама в системе массовых коммуникаций: формы сосуществования с основной информацией.
2. Рейтинг телепрограмм как компас для рекламодателя.
3. Информационная и рекламная инфраструктура России: современные очертания.
4. Характеристики системы массовых коммуникаций как основного рекламоносителя.
5. Специфика функций системы массовых коммуникаций как следствие различных выразительных средств прессы.
6. Система массовых коммуникаций и другие каналы распространения информации и рекламы.
7. Каналы размещения рекламы и оценка их эффективности.
8. Анализ возможностей телевидения (радио, газет, журналов) как средства эффективной коммуникации.
9. Выбор канала размещения рекламы в целевом маркетинге.
10. Роль тестирования в оценке эффективности рекламной кампании.
11. Сегментирование при выборе целевой аудитории коммуникации.
12. Влияние процессов глобализации на массовые коммуникации.
13. Принципы выбора печатного издания для размещения рекламы.
14. Принципы выбора телевизионного канала для размещения рекламы.
15. Виды рекламы в массовых коммуникациях.
16. Структура телевидения и характеристика его аудитории.
17. Радио как система массовых коммуникаций.
18. Интернет как система массовых коммуникаций.
19. Социально-демографическое описание целевой группы потребителей для товара «Х».
20. Выбор каналов распространения рекламы и конкретных носителей для размещения в них рекламы товара «Х».
21. Расчет основных показателей медиаплана.
22. Оптимизация медиаплана по заданным параметрам.
23. Составление графика размещения рекламы товара «Х».
24. Компьютерное моделирование в медиапланировании

Литература для выполнения рефератов указана в перечне рекомендуемой литературы. Дополнительные сведения: задание на реферат выдаётся на первом занятии; реферат выполняется в объеме 20 страниц, на бумаге формата А-4, 14 шрифтом, полуторным интервалом, выравнивание по ширине, защита реферата происходит в устной форме.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются: учебно-методический материал по дисциплине.

### **Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

## Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой 82
 Рудакова Л.В. 19.05.2020	Актуализация перечня литературы	20 мая 2020 протокол № 11	 Будагов А.С.