

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сахарчук Елена Сергеевна
Должность: Проректор по образовательной деятельности
Дата подписания: 06.08.2024 13:02:08
Уникальный программный ключ:
d37ecce2a38525810859f295de19f107b21a049a

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

**«Российский государственный
университет социальных технологий»
(ФГБОУ ИВО «РГУ СоцТех»)**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ОСВОЕНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.22 Прикладное медиапланирование

образовательная программа направления подготовки
42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль)

Интернет-журналистика

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Курс 3 семестр 6

Москва 2024

Методические рекомендации разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования направления 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 524 от 08 июня 2017 г. Зарегистрировано в Минюсте России 29 июня 2017 г. № 47219.

Разработчик(и) методических рекомендаций:

доцент кафедры социологии и медиакоммуникаций

место работы, занимаемая должность

_____ Григорьев Н.Ю. _____ 2024 г
подпись Ф.И.О. Дата

Методические рекомендации утверждены на заседании кафедры социологии и медиакоммуникаций

(протокол № 7 от «19» декабря 2023 г.)

на заседании Учебно-методического совета РГУ СоцТех
(протокол № 6 от «23» апреля 2024 г.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник управления учебного планирования и контроля образовательной деятельности

_____ И.Г. Дмитриева
« ____ » _____ 2024 г.

Начальник отдела координации и сопровождения образовательных программ

_____ С.В. Брусенко
« ____ » _____ 2024 г.

Заведующий библиотекой

_____ В.А. Ахтырская
« ____ » _____ 2024 г.

И.о. декана факультета

_____ М.Я. Руднева
« ____ » _____ 2024 г.

Содержание

1. **АННОТАЦИЯ/ВВЕДЕНИЕ**
2. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛЕКЦИЯМ**
3. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**
4. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛАБОРАТОРНЫМ РАБОТАМ***
5. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ**

АННОТАЦИЯ

Настоящие методические рекомендации разработаны для обучающихся 3 курса очной формы обучения с учетом ФГОС ВО и рабочей программы дисциплины «Прикладное медиапланирование».

Цель изучения дисциплины – изучение технологии медиапланирования, а также формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов.

Задачи дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

принципы работы современных информационных технологий.

уметь:

- современные информационные технологии для поиска и обработки информации при решении задач профессиональной деятельности.

владеть:

- сведениями о требованиях информационной безопасности при использовании современных информационных технологий во взаимодействии с объектами и субъектами профессиональной деятельности.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛЕКЦИЯМ

по дисциплине «Прикладное медиапланирование»

Лекция 1. по теме: Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики.

Вопросы:

1. Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи.
2. Основные носители рекламы и их характеристики: 1) функции и цель рекламы, составляющие рекламного процесса и общий алгоритм рекламной кампании, понятие "медиапланирование", структура рекламного агентства; 2) восприятие рекламы в различных СМИ, факторы выбора средств рекламы; характеристики, преимущества и недостатки телевидения, радио, прессы, наружной рекламы, рекламы на / в транспорте и др.

Методические рекомендации:

В ходе лекции студентам рекомендуется конспектировать ее основные положения, не стоит пытаться дословно записать всю лекцию, поскольку скорость лекции не рассчитана на аутентичное воспроизведение выступления лектора в конспекте, тем не менее, она является достаточной для того, чтобы студент смог не только усвоить, но и зафиксировать на бумаге сущность затронутых лектором проблем, выводы, а также основные моменты, на которые обращается особое внимание в ходе лекции. Основным

средством работы на лекционном занятии является конспектирование. Конспектирование – процесс мысленной переработки и письменной фиксации информации, в виде краткого изложения основного содержания, смысла какого-либо текста. Результат конспектирования – запись, позволяющая конспектирующему немедленно или через некоторый срок с нужной полнотой восстановить полученную информацию. Конспект в переводе с латыни означает «обзор». По существу его и составлять надо как обзор, содержащий основные мысли текста без подробностей и второстепенных деталей. Конспект носит индивидуализированный характер: он рассчитан на самого автора и поэтому может оказаться малопонятным для других.

Для того чтобы осуществлять этот вид работы, в каждом конкретном случае необходимо грамотно решить следующие задачи:

1. Сориентироваться в общей концепции лекции (уметь определить вступление, основную часть, заключение).
2. Увидеть логико-смысловую канву сообщения, понять систему изложения информации в целом, а также ход развития каждой отдельной мысли.
3. Выявить «ключевые» мысли, т.е. основные смысловые вехи, на которые «нанизано» все содержание текста.
4. Определить детализирующую информацию.
5. Лакоично сформулировать основную информацию, не перенося на письмо все целиком и дословно.

Определения, которые дает лектор, стоит по возможности записать дословно и выделить другим цветом или же подчеркнуть. В случае изложения лектором хода научной дискуссии желательно кратко законспектировать существо вопроса, основные позиции и фамилии ученых их отстаивающих. Если в обоснование своих выводов лектор приводит ссылки на справочники, статистические данные, нормативные акты и другие официально опубликованные сведения имеет смысл лишь кратко отразить их существо и указать источник, в котором можно полностью почерпнуть излагаемую информацию.

В случае возникновения у студента по ходу лекции вопросов, их следует записать и задать в конце лекции в специально отведенное для этого время.

По окончании лекции (в тот же или на следующий день, пока еще в памяти сохранилась информация) студентам рекомендуется доработать свои конспекты, привести их в порядок, дополнить сведениями с учетом дополнительно изученного нормативного, справочного и научного материала. Крайне желательно на полях конспекта отмечать не только изученные точки зрения ученых по рассматриваемой проблеме, но и выражать согласие или несогласие самого студента с законспектированными положениями, материалами судебной практики и т.п.

Лекционное занятие предназначено для изложения особенно важных, проблемных, актуальных в современной науке вопросов. Лекция, также как и семинарское, практическое занятие, требует от студентов определенной подготовки. Студент обязательно должен знать тему предстоящего лекционного занятия и обеспечить себе необходимый уровень активного участия: подобрать и ознакомиться, а при необходимости иметь с собой рекомендуемый преподавателем нормативный материал, повторить ранее пройденные темы по вопросам, которые будут затрагиваться в предстоящей лекции, вспомнить материал иных дисциплин.

Применение отдельных образовательных технологий требует специальной подготовки не только от преподавателя, но и участвующих в занятиях студентов. Так при

проведении лекции-дискуссии, которая предполагает разделение присутствующих студентов на группы, студент должен быть способен высказать свою позицию относительно выдвинутых преподавателем точек зрения.

Начало дискуссии должно быть ознаменовано установлением правил:

- выступать можно только при предоставлении слова;
- реплики с мест не допускаются; время выступления каждому участнику определено заранее.

Следует отметить внимание участников на необходимость поддерживать высокую культуру дискуссии.

Лекция 2. по теме: Профессиограмма медиапланера.

Вопросы:

1. Функции медиапланера.
2. Навыки необходимые медиапланеру.
3. Необходимые личные качества.
4. Перспективы роста.

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 05.07.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871>
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940>
4. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
5. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 141 с. - ISBN 978-5-7567-1133-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1688266> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
6. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 47 с. -

ISBN 978-5-9765-4765-0. - Текст: электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1852347>.

7. Распопова, Н. И. Медиация : учебное пособие для вузов / Н. И. Распопова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14347-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519929>.
8. Социальные медиа и образовательные практики : учебно-методическое пособие / под ред. Т. Н. Носковой. - Санкт-Петербург : РГПУ им. Герцена, 2021. - 196 с. - ISBN 978-5-8064-3011-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1865667> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.

Лекция 3. по теме: Основные этапы медиапланирования

Вопросы:

1. Анализ рекламно-маркетинговой ситуации.
2. Составление медиа-брифа. Анализ текущего положения бренда.
3. Изучение целевой аудитории. особенности медиапланирования: поведение аудитории в течение дня, сезонные характеристики аудитории, охват аудитории в рабочее время, совместное использование нескольких медиа, реклама для высокодоходной группы, планирование для мелких и региональных рекламодателей, зависимость рекламных средств от типа рынков, особенности рекламы некоторых видов товаров, реклама товаров для детей, подростков и молодежи; реклама в прессе и наружке.
4. Разработка медиастратегии рекламной кампании.
5. Параметры продвижения бренда.
6. Определение бюджета выделяемого на размещение рекламы (медиасплит, медиаобсчет).
7. Тактическое медиапланирование (выбор конкретных средств распространения рекламы; период проведения кампании; формат рекламных сообщений).
8. Медиамикс для рекламной кампании.
9. Выбор масштаба рекламной кампании.
10. Формирование календарного графика размещения рекламных сообщений (медиаплан).
11. Медиабаинг.
12. Профессия медиабаер.
13. Проблема приобретения места для размещения рекламы.
14. Определение процедур контроля и оценки эффективности медиа планирования.

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 05.07.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871>
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. —

- Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940>
4. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
 5. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 141 с. - ISBN 978-5-7567-1133-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1688266> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
 6. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 47 с. - ISBN 978-5-9765-4765-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1852347>.
 7. Распопова, Н. И. Медиация : учебное пособие для вузов / Н. И. Распопова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14347-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519929>.
 8. Социальные медиа и образовательные практики : учебно-методическое пособие / под ред. Т. Н. Носковой. - Санкт-Петербург : РГПУ им. Герцена, 2021. - 196 с. - ISBN 978-5-8064-3011-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1865667> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.

Лекция 4. по теме: Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике

Вопросы:

1. Медиастатистики, описывающие медиаплан.
2. Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point).
3. Целевой рейтинг (TRP, target rating point).
4. Охват рекламной кампании (Reach / Cover %).
5. OTS (opportunity to see).
6. Частота рекламного сообщения (Average Frequency).
7. Доля голоса (share of voice, SOV).
8. Медиастатистики, описывающие аудиторию одного медиа события.
9. Рейтинг (Rating). HUT (Households using television).
10. Доля телесмотрения (share).
11. Индекс соответствия (Affinity index).
12. Стоимостные характеристики медиа CPT (cost per thousand).
13. CPP (cost per point) Доля рекламных затрат (share of spend, SOS).
14. Advertising to Sales (A/S).
15. Матрица Остроу (Joseph W. Ostrow)

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 05.07.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871>
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940>
4. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
5. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 141 с. - ISBN 978-5-7567-1133-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1688266> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
6. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 47 с. - ISBN 978-5-9765-4765-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1852347>.
7. Распопова, Н. И. Медиация : учебное пособие для вузов / Н. И. Распопова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14347-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519929>.
8. Социальные медиа и образовательные практики : учебно-методическое пособие / под ред. Т. Н. Носковой. - Санкт-Петербург : РГПУ им. Герцена, 2021. - 196 с. - ISBN 978-5-8064-3011-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1865667> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.

Вопросы:

1. Обзор программного обеспечения по медиапланированию.
2. Программные продукты: Galileo, PaloMARS, TV Planet, Super Nova, (TNS Gallup Media).
3. AGB WorkStation (AGB Television), PROBA-Media, CRATE, DataFriend(Comcon), OptiMedia (Клиент Сервис), Медиа-Планер (ExMedia). Достоинства и недостатки.

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 05.07.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871>
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940>
4. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
5. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 141 с. - ISBN 978-5-7567-1133-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1688266> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
6. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 47 с. - ISBN 978-5-9765-4765-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1852347>.
7. Распопова, Н. И. Медиация : учебное пособие для вузов / Н. И. Распопова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14347-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519929>.
8. Социальные медиа и образовательные практики : учебно-методическое пособие / под ред. Т. Н. Носковой. - Санкт-Петербург : РГПУ им. Герцена, 2021. - 196 с. - ISBN 978-5-8064-3011-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1865667> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.

Лекция 6. по теме: Принципы отбора медиаосителей.

Вопросы:

1. Основные проблемы медиапланирования.
2. Основные принципы отбора медианосителей.
3. Особенности изучения теле-, радиоаудитории.
4. Технические и вербальные?способы получения информации о потреблении аудиторией разных теле- и радиопередач.
5. Основные единицы измерения телеаудитории (телеметры).
6. Аудиометры: плюсы и минусы качества полученной информации.
7. Исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМК.
8. Российские профессиональные организации на рынке теле- и аудиометрии.

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 05.07.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871>
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940>
4. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
5. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 141 с. - ISBN 978-5-7567-1133-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1688266> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.

6. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 47 с. - ISBN 978-5-9765-4765-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1852347>.
7. Распопова, Н. И. Медиация : учебное пособие для вузов / Н. И. Распопова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14347-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519929>.
8. Социальные медиа и образовательные практики : учебно-методическое пособие / под ред. Т. Н. Носковой. - Санкт-Петербург : РГПУ им. Герцена, 2021. - 196 с. - ISBN 978-5-8064-3011-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1865667> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.

Лекция 7. по теме: Характеристики и особенности основных каналов размещения: о

Вопросы:

1. Пресса о ТВ о Радио о Internet о наружной рекламе.
2. Реклама в прессе: особенности газетной рекламы. Преимущества и недостатки газет с точки зрения размещения рекламы.
3. Особенности рекламных объявлений в печатных СМИ. Журналы, их преимущества и недостатки с точки зрения размещения рекламы.
4. Радио и телевидение как рекламоносители.
5. Возможности Интернета как рекламоносителя.
6. Средства наружной рекламы, специфика рекламы на транспорте.
7. Директ-мейл и его специфика.

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 05.07.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871>
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940>

4. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
5. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 141 с. - ISBN 978-5-7567-1133-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1688266> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
6. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 47 с. - ISBN 978-5-9765-4765-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1852347>.
7. Распопова, Н. И. Медиация : учебное пособие для вузов / Н. И. Распопова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14347-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519929>.
8. Социальные медиа и образовательные практики : учебно-методическое пособие / под ред. Т. Н. Носковой. - Санкт-Петербург : РГПУ им. Герцена, 2021. - 196 с. - ISBN 978-5-8064-3011-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1865667> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.

Лекция 8. по теме: Эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании.

Вопросы:

1. Методика исследований эффективности медиаплана.
2. Мероприятия по контролю эффективности его исполнения.

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 05.07.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871>

3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940>
4. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
5. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 141 с. - ISBN 978-5-7567-1133-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1688266> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
6. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 47 с. - ISBN 978-5-9765-4765-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1852347>.
7. Распопова, Н. И. Медиация : учебное пособие для вузов / Н. И. Распопова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14347-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519929>.
8. Социальные медиа и образовательные практики : учебно-методическое пособие / под ред. Т. Н. Носковой. - Санкт-Петербург : РГПУ им. Герцена, 2021. - 196 с. - ISBN 978-5-8064-3011-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1865667> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.

Практическое занятие 1. по теме Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основныеносители рекламы и их характеристики

Задание: опрос, письменная работа.

Вопросы:

1. Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи.
2. Основные носители рекламы и их характеристики: 1) функции и цель рекламы, составляющие рекламного процесса и общий алгоритм рекламной кампании, понятие "медиапланирование", структура рекламного агентства; 2) восприятие рекламы в различных СМИ.
3. Факторы выбора средств рекламы; характеристики, преимущества и недостатки телевидения, радио, прессы, наружной рекламы,рекламы на / в транспорте и др.

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 05.07.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871>
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940>
4. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
5. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 141 с. - ISBN 978-5-7567-1133-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1688266> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
6. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 47 с. - ISBN

978-5-9765-4765-0. - Текст: электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1852347>.

7. Распопова, Н. И. Медиация : учебное пособие для вузов / Н. И. Распопова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14347-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519929>.

8. Социальные медиа и образовательные практики : учебно-методическое пособие / под ред. Т. Н. Носковой. - Санкт-Петербург : РГПУ им. Герцена, 2021. - 196 с. - ISBN 978-5-8064-3011-4. - Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1865667> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.

Методические рекомендации:

Практические (семинарские) занятия представляют собой одну из важных форм работы студентов непосредственно в учебной аудитории под руководством преподавателя.

В зависимости от изучаемой темы и ее специфики преподаватель выбирает или сочетает следующие формы проведения практических (семинарских) занятий: обсуждение теоретических вопросов, подготовка рефератов, решение ситуационных задач, круглые столы, научные диспуты с участием практических работников и ученых, выполнение кейсов, деловые игры и т.п. Проверка усвоения отдельных (ключевых) тем может осуществляться посредством проведения коллоквиума.

Подготовка к практическому занятию заключается в подробном изучении конспекта лекции, учебной и научной литературы, основные положения которых студенту рекомендуется конспектировать.

Активное участие в работе на практических и семинарских занятиях предполагает выступления на них, дополнение ответов однокурсников, коллективное обсуждение спорных вопросов и проблем, что способствует формированию у студентов навыков формулирования, аргументации и отстаивания выработанного решения, умения его защитить в дискуссии и представить дополнительные аргументы в его пользу. Активная работа на семинарском или практическом занятии способствует также формированию у студентов навыков публичного выступления, умения ясно, последовательно, логично и аргументировано излагать свои мысли.

При выступлении на семинарских или практических занятиях студентам разрешается пользоваться конспектами для цитирования позиций ученых. По окончании ответа другие студенты могут дополнить выступление сокурсника, отметить его спорные или недостаточно аргументированные стороны, проанализировать позиции ученых, о которых не сказал предыдущий выступающий.

В конце занятия, после подведения его итогов преподавателем студентам рекомендуется внести изменения в свои конспекты, отметить информацию, прозвучавшую в выступлениях других студентов, дополнения, сделанные преподавателем и не отраженные в конспекте.

Практические занятия требуют предварительной теоретической подготовки по соответствующей теме: изучения учебной и дополнительной литературы, в необходимых случаях ознакомления с нормативным материалом. Рекомендуется при этом вначале

изучить вопросы темы по учебной литературе. Если по теме прочитана лекция, то непременно надо использовать материал лекции, так как учебники часто устаревают уже в момент выхода в свет.

Применение отдельных образовательных технологий требуют предварительного ознакомления студентов с содержанием применяемых на занятиях приемов. Так, при практических занятиях студент должен представлять как его общую структуру, так и особенности отдельных методических приемов: дискуссии, контрольные работы, использование правовых документов и др.

Примерные этапы практического занятия и методические приемы их осуществления:

- постановка целей занятия: обучающей, развивающей, воспитывающей;
- планируемые результаты обучения: что должны студенты знать и уметь;
- проверка знаний: устный опрос, фронтальный опрос, программированный опрос, письменный опрос, комментирование ответов, оценка знаний, обобщение по опросу;
- изучение нового материала по теме;
- закрепление материала предназначено для того, чтобы студенты запомнили материал и научились использовать полученные знания (активное мышление).

Практические (семинарские) занятия представляют собой одну из важных форм работы студентов непосредственно в учебной аудитории под руководством преподавателя.

В зависимости от изучаемой темы и ее специфики преподаватель выбирает или сочетает следующие формы проведения практических (семинарских) занятий: обсуждение теоретических вопросов, подготовка рефератов, решение ситуационных задач, круглые столы, научные диспуты с участием практических работников и ученых, выполнение кейсов, деловые игры и т.п. Проверка усвоения отдельных (ключевых) тем может осуществляться посредством проведения коллоквиума.

Подготовка к практическому занятию заключается в подробном изучении конспекта лекции, учебной и научной литературы, основные положения которых студенту рекомендуется конспектировать.

Активное участие в работе на практических и семинарских занятиях предполагает выступления на них, дополнение ответов однокурсников, коллективное обсуждение спорных вопросов и проблем, что способствует формированию у студентов навыков формулирования, аргументации и отстаивания выработанного решения, умения его защитить в дискуссии и представить дополнительные аргументы в его пользу. Активная работа на семинарском или практическом занятии способствует также формированию у студентов навыков публичного выступления, умения ясно, последовательно, логично и аргументировано излагать свои мысли.

При выступлении на семинарских или практических занятиях студентам разрешается пользоваться конспектами для цитирования позиций ученых. По окончании ответа другие студенты могут дополнить выступление сокурсника, отметить его спорные или недостаточно аргументированные стороны, проанализировать позиции ученых, о которых не сказал предыдущий выступающий.

В конце занятия, после подведения его итогов преподавателем студентам рекомендуется внести изменения в свои конспекты, отметить информацию, прозвучавшую в выступлениях других студентов, дополнения, сделанные преподавателем и не отраженные в конспекте.

Практические занятия требуют предварительной теоретической подготовки по соответствующей теме: изучения учебной и дополнительной литературы, в необходимых случаях ознакомления с нормативным материалом. Рекомендуется при этом вначале изучить вопросы темы по учебной литературе. Если по теме прочитана лекция, то непременно надо использовать материал лекции, так как учебники часто устаревают уже в момент выхода в свет.

Применение отдельных образовательных технологий требуют предварительного ознакомления студентов с содержанием применяемых на занятиях приемов. Так, при практических занятиях студент должен представлять как его общую структуру, так и особенности отдельных методических приемов: дискуссии, контрольные работы, использование правовых документов и др.

Примерные этапы практического занятия и методические приемы их осуществления:

- постановка целей занятия: обучающей, развивающей, воспитывающей;
- планируемые результаты обучения: что должны студенты знать и уметь;
- проверка знаний: устный опрос, фронтальный опрос, программированный опрос, письменный опрос, комментирование ответов, оценка знаний, обобщение по опросу;
- изучение нового материала по теме;
- закрепление материала предназначено для того, чтобы студенты запомнили материал и научились использовать полученные знания (активное мышление).

Практическое занятие 2. по теме Профессиограмма медиапланера.

Задание: опрос, письменная работа.

Вопросы:

1. Функции медиапланера.
2. Навыки необходимые медиапланеру.
3. Необходимые личные качества.
4. Перспективы роста.

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Ахмадулин, Е. В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Е. В. Ахмадулин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00930-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451644> 2.
2. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451250>.
3. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 75 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03679-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453751>.
4. Ильченко, С. Н. Основы журналистской деятельности : учебник и практикум для вузов / С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8263-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451197>.

5. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 341 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-06108-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454823>.

Практическое занятие 3. по теме «Основные этапы медиапланирования»

Задание: опрос, письменная работа.

Вопросы:

1. Анализ рекламно-маркетинговой ситуации.
2. Составление медиа-брифа.
3. Анализ текущего положения бренда.
4. Изучение целевой аудитории.

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Ахмадулин, Е. В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Е. В. Ахмадулин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00930-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451644_2.
2. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451250>.
3. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 75 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03679-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453751>.
4. Ильченко, С. Н. Основы журналистской деятельности : учебник и практикум для вузов / С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8263-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451197>.
5. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 341 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-06108-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454823>.

Практическое занятие 4. по теме «Основные этапы медиапланирования»

Задание: опрос, письменная работа.

Вопросы:

1. Анализ рекламно-маркетинговой ситуации.
2. Составление медиа-брифа.
3. Анализ текущего положения бренда.
4. Изучение целевой аудитории.
5. Особенности медиапланирования: поведение аудитории в течение дня, сезонные характеристики аудитории.

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Ахмадулин, Е. В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Е. В. Ахмадулин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00930-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451644> 2.
2. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451250>.
3. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 75 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03679-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453751>.
4. Ильченко, С. Н. Основы журналистской деятельности : учебник и практикум для вузов / С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8263-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451197>.
5. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 341 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-06108-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454823>.

Практическое занятие 5. по теме Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике

Задание: опрос, письменная работа.

Вопросы:

1. Медиастатистики, описывающие медиаплан.
2. Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point).
3. Целевой рейтинг (TRP, target rating point).
4. Охват рекламной кампании (Reach / Cover %).
5. OTS (opportunity to see) Частота рекламного сообщения (Average Frequency).
6. Доля голоса (share of voice, SOV).
7. Медиастатистики, описывающие аудиторию одного медиа события.
8. Рейтинг (Rating).
9. HUT (Households using television).
10. Доля телесмотрения (share).
11. Индекс соответствия (Affinity index).
12. Стоимостные характеристики медиа CPT (cost per thousand).

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Ахмадулин, Е. В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Е. В. Ахмадулин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт,

2020. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00930-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451644_2.
2. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451250>.
3. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 75 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03679-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453751>.
4. Ильченко, С. Н. Основы журналистской деятельности : учебник и практикум для вузов / С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8263-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451197>.
5. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 341 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-06108-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454823>.

Практическое занятие 5. по теме «Программное обеспечения медиапланирования»

Задание: опрос, письменная работа.

Вопросы:

1. Обзор программного обеспечения по медиапланированию.
2. Программные продукты: Galileo, PaloMARS, TV Planet, Super Nova, (TNS Gallup Media).
3. AGB WorkStation (AGB Television), PROBA-Media, CRATE, DataFriend(Comcon), OptiMedia (Клиент Сервис), Медиа-Планер (ExMedia). Достоинства и недостатки.

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Ахмадулин, Е. В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Е. В. Ахмадулин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00930-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451644_2.
2. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451250>.
3. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 75 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03679-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453751>.
4. Ильченко, С. Н. Основы журналистской деятельности : учебник и практикум для вузов / С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 311 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8263-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451197>.

5. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 341 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-06108-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454823>.

Практическое занятие 6. по теме Принципы отбора медиа носителей

Задание: опрос, письменная работа.

Вопросы:

1. Основные проблемы медиапланирования.
2. Основные принципы отбора медианосителей.
3. Особенности изучения теле-, радиоаудитории.
4. Технические и вербальные? Способы получения информации о потреблении аудиторией разных теле- и радиопередач.
5. Основные единицы измерения телеаудитории (телеметры).
6. Аудиометры: плюсы и минусы качества полученной информации.
7. Исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМК.
8. Российские профессиональные организации на рынке теле- и аудиометрии.

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Ахмадулин, Е. В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Е. В. Ахмадулин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00930-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451644_2.

2. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451250>.

3. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 75 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03679-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453751>.

4. Ильченко, С. Н. Основы журналистской деятельности : учебник и практикум для вузов / С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8263-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451197>.

5. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 341 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-06108-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454823>.

Практическое занятие 7. по теме «Характеристики и особенности основных каналов размещения: о Пресса о ТВ о Радио о Internet о Наружная реклама»

Задание: опрос, письменная работа.

Вопросы:

1. Пресса о ТВ о Радио о Internet о наружной рекламе.
2. Реклама в прессе: особенности газетной рекламы. Преимущества и недостатки газет с точки зрения размещения рекламы.
3. Особенности рекламных объявлений в печатных СМИ. Журналы, их преимущества и недостатки с точки зрения размещения рекламы.
4. Радио и телевидение как рекламоносители.
5. Возможности Интернета как рекламоносителя.
6. Средства наружной рекламы, специфика рекламы на транспорте.
7. Директ-мейл и его специфика.

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Ахмадулин, Е. В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Е. В. Ахмадулин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00930-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/4516442>.
2. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451250>.
3. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 75 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03679-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453751>.
4. Ильченко, С. Н. Основы журналистской деятельности : учебник и практикум для вузов / С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8263-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451197>.
5. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 341 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-06108-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454823>.

Практическое занятие 8 по теме Эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании

Задание: опрос, письменная работа.

Вопросы:

1. Методика исследований эффективности медиаплана.
2. Мероприятия по контролю эффективности его исполнения.

Дополнительные источники и литература для подготовки

1. Ахмадулин, Е. В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Е. В. Ахмадулин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00930-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/4516442>.
2. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451250>.
3. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 75 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03679-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453751>.
4. Ильченко, С. Н. Основы журналистской деятельности : учебник и практикум для вузов / С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8263-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451197>.
5. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 341 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-06108-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454823>.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Самостоятельная работа студентов представляет собой обязательный вид деятельности, обеспечивающий успешное освоение образовательной программы высшего образования в соответствии с требованиями ФГОС.

Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по изучаемой дисциплине;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;

– выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

Основными принципами организации самостоятельной работы являются:

- принцип обратной связи, позволяющий осуществлять контроль и коррекцию действий студента;
- принцип развития интеллектуального потенциала студента (формирование алгоритмического, наглядно-образного, теоретического стилей мышления, умений принимать оптимальные или вариативные решения в сложной ситуации, умений обрабатывать информацию);
- принцип обеспечения целостности и непрерывности обучения (предоставление возможности последовательного выполнения заданий в пределах темы, дисциплины).

Основными видами самостоятельной работы по данной дисциплине являются подготовка к практическому занятию, подготовка к контрольной работе, подготовка к тесту, подготовка к экзамену.

Подготовка к практическому занятию требует поиска дополнительной информации по теме, которой будет посвящено занятие, что позволяет глубже разобраться в изучаемых вопросах и сформировать навык самостоятельного информационного поиска и анализа подобранного материала. При подготовке к практическим занятиям студенту рекомендуется придерживаться следующего порядка:

- внимательно изучить основные вопросы темы практического занятия, определить место темы занятия в общем содержании, ее связь с другими темами;
- найти и проработать соответствующие разделы в рекомендованных учебниках, нормативных документах и дополнительной литературе;
- после ознакомления с теоретическим материалом ответить на вопросы для самопроверки;
- продумать свое понимание сложившейся ситуации в изучаемой сфере, пути и способы решения проблемных вопросов;
- продумать развернутые ответы на предложенные вопросы темы, опираясь на лекционные материалы, расширяя и дополняя их данными из учебников, дополнительной литературы.

Подготовка к тестированию. Тестирование – это не только форма контроля, но и метод углубления, закрепления знаний обучающихся. Задача тестирования - добиться глубокого изучения отобранного материала, пробудить у обучающегося стремление к изучению дополнительной литературы. Подготовка включает в себя изучение рекомендованной литературы, лекционного материала, конспектирование дополнительных источников. Чтение и запоминание текста индивидуально. Желательно сначала прочитать текст целиком, потом выделить в нем главные мысли, разделить текст на части, составить план текста, выделить логическую связь между этими пунктами и потом еще раз перечитать и пересказать.

Подготовка к опросу включает в себя повторение пройденного материала по теме предстоящего опроса. Помимо основного материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. Опрос предполагает устный ответ студента на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя. Ответ студента должен представлять собой развернутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При выставлении оценки преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать

теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

Контроль самостоятельной работы студента осуществляется посредством текущего и промежуточного контроля. Текущий контроль осуществляется на практических занятиях в ходе проверки отдельных видов самостоятельной работы, выполненной студентами. Промежуточный контроль самостоятельной работы осуществляется в ходе промежуточной аттестации обучающихся.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

по дисциплине «Прикладное медиапланирование»

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 05.07.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871>
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940>
4. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 141 с. - ISBN 978-5-7567-1133-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1688266> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
5. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 47 с. - ISBN 978-5-9765-4765-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1852347>
6. Распопова, Н. И. Медиация : учебное пособие для вузов / Н. И. Распопова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14347-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519929>.
7. Социальные медиа и образовательные практики : учебно-методическое пособие / под ред. Т. Н. Носковой. - Санкт-Петербург : РГПУ им. Герцена, 2021. - 196 с. - ISBN 978-5-8064-3011-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1865667> (дата обращения: 17.05.2023). – Режим доступа: по подписке.

