

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Аудит брендов Б1.В.ДВ.05.01

Направление подготовки: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Медиааналитика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

Автор(ы): Гаврилов А.Р.

Рецензент(ы): Морозова Г.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 20 __ г.

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 20 __ г.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
 - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
 - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу дисциплины разработал(а)(и) ассистент, б.с. Гаврилов А.Р. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), ARGavrilov@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-13	способен разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера
ПК-14	способен ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований
ПК-15	способен применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции
ПК-16	способен интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации
ПК-17	способен решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте
ПК-18	способен к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте
ПК-19	способен интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

место бренд-аудита и медиаанализа в управлении брендом, коммуникационном менеджменте.

Должен уметь:

использовать полученные знания при проведении исследований репутационного аудита компании.

Должен владеть:

навыками проведения комплексных медиа-исследований (анализа материалов СМИ, анализа баз данных и т.д.).

Должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.05.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью (Медиааналитика)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 2 курсе в 3 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 52 часа(ов), в том числе лекции - 0 часа(ов), практические занятия - 16 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 36 часа(ов).

Самостоятельная работа - 20 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 3 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Аудит бренда.	3	0	4	0	5
2.	Тема 2. Создание медиа-образа бренда в СМИ.	3	0	4	0	5
3.	Тема 3. Системы мониторинга и анализа бренда в СМИ	3	0	4	0	5
4.	Тема 4. Анализ качества присутствия брендов в соц.сетях.	3	0	4	0	5
	Итого		0	16	0	20

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Аудит бренда.

Приведение атрибутов бренда в соответствие с данными. Аудит бренда, имеющего стратегию. Аудит при отсутствии стратегии бренда. Внешний репутационный аудит. Внутренний репутационный аудит. Медиапланирование и избирательность аудитории. Основные этапы планирования. Аналитика информационного поля бренда. Сервисы для мониторинга социальных медиа. Работа с собственными площадками: сайты, аккаунты, группы, паблики, находящиеся в непосредственном управлении бренда.

Работа с упоминаниями о бренде на внешних площадках.

Тема 2. Создание медиа-образа бренда в СМИ.

Медиапланирование. Избирательность аудитории. Основные этапы планирования. Аналитика информационного поля бренда. Сервисы для мониторинга социальных медиа. Работа с собственными площадками: сайты, аккаунты, группы, паблики, находящиеся в непосредственном управлении бренда.

Работа с упоминаниями о бренде на внешних площадках. Работа с собственными площадками: сайты, аккаунты, группы, паблики, находящиеся в непосредственном управлении бренда.

Работа с упоминаниями о бренде на внешних площадках.

Тема 3. Системы мониторинга и анализа бренда в СМИ

Аналитика информационного поля бренда. Сервисы для мониторинга социальных медиа. Работа с собственными площадками: сайты, аккаунты, группы, паблики, находящиеся в непосредственном управлении бренда.

Работа с упоминаниями о бренде на внешних площадках. Работа с собственными площадками: сайты, аккаунты, группы, паблики, находящиеся в непосредственном управлении бренда.

Работа с упоминаниями о бренде на внешних площадках.

Тема 4. Анализ качества присутствия брендов в соц.сетях.

Работа с собственными площадками: сайты, аккаунты, группы, паблики, находящиеся в непосредственном управлении бренда.

Работа с упоминаниями о бренде на внешних площадках. Приведение атрибутов бренда в соответствие с данными. Аудит бренда, имеющего стратегию. Аудит при отсутствии стратегии бренда. Внешний репутационный аудит. Внутренний репутационный аудит. Медиапланирование. Избирательность аудитории. Основные этапы планирования. Аналитика информационного поля бренда. Сервисы для мониторинга социальных медиа. Работа с собственными площадками: сайты, аккаунты, группы, паблики, находящиеся в непосредственном управлении бренда.

Работа с упоминаниями о бренде на внешних площадках. Работа с собственными площадками: сайты, аккаунты, группы, паблики, находящиеся в непосредственном управлении бренда.

Работа с упоминаниями о бренде на внешних площадках.

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

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений".

Положение от 29 декабря 2018 г. № 0.1.1.67-08/328 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удаления электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
Семестр 3			
	Текущий контроль		
1	Устный опрос	ПК-14, ПК-13	1. Аудит бренда.
2	Устный опрос	ПК-16, ПК-15	2. Создание медиа-образа бренда в СМИ.
3	Письменная работа	ПК-18, ПК-17	3. Системы мониторинга и анализа бренда в СМИ
4	Проверка практических навыков	ПК-19	4. Анализ качества присутствия брендов в соц.сетях.
	Экзамен	ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19	

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Семестр 3					
Текущий контроль					

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Устный опрос	В ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	1
					2
Письменная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	3
Проверка практических навыков	Продемонстрирован высокий уровень освоения навыков, достаточный для успешного решения задач профессиональной деятельности.	Продемонстрирован хороший уровень освоения навыков, достаточный для решения большей части задач профессиональной деятельности.	Продемонстрирован удовлетворительный уровень освоения навыков, достаточный для решения отдельных задач профессиональной деятельности.	Продемонстрирован неудовлетворительный уровень освоения навыков, недостаточный для решения задач профессиональной деятельности.	4

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Экзамен	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.	Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.	Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Семестр 3

Текущий контроль

1. Устный опрос

Тема 1

- 1.Приведение атрибутов бренда в соответствие с данными.
- 2.Аудит бренда, имеющего стратегию.
- 3.Аудит при отсутствии стратегии бренда.
- 4.Внешний репутационный аудит.
- 5.Внутренний репутационный аудит.
- 6.Цели анализа. Источники информации.
- 7.Анализ потребителей: ?погружение?,
- 8.метод градуирования, использование фокус-групп.
- 9.Сегментация рынка (процесс 5W).
- 10.Анализ брендов конкурентов: позиции конкурентов
- 11.Анализ бренда компании: структура бренда, анализ сильных и слабых сторон, связи с другими брендами.
12. Технология brand mapping.
- 13.Студенты в группах выбирают одну из вышеперечисленных тем и проводят анализ возможностей аудита бренда при различных условиях. Приводятся примеры брендов, соотносятся возможности анализа. Устный опрос дополняется общей дискуссией.

2. Устный опрос

Тема 2

- 1.Медиапланирование.
- 2.Избирательность аудитории.
- 3.Основные этапы планирования.
- 4.Роль интегрированных маркетинговых коммуникаций в создании сильных брендов.
- 5.?Колесо бренд-менеджмента?: воздействие на 360?.
- 6.Роль рекламы в создании и продвижении брендов.

- 7.Создание брендов без использования рекламы: спонсорство как инструмент создания бренда.
- 8 Создание брендов в Интернет.
- 9.Студенты работают в группах. Каждая группа выбирает бренд и проводит анализ текущего медиапланирования.
- 10.После анализа текущей ситуации студентами предлагаются варианты корректировки при создании медиа-образа бренда в СМИ.

3. Письменная работа

Тема 3

- 1.Аналитика информационного поля бренда.
2. Сервисы для мониторинга социальных медиа.
- 3.Портфель брендов: цели создания и общие принципы управления.
- 4.Иерархия брендов.
5. Архитектура бренда.
- 6.Взаимоотношения брендов: дом брендов, бренд-дом.
- 7.Аудит портфеля брендов.
- 8.Портфельный анализ: McKinsey/GE, матрица качественного анализа McKinsey.
- 9.Оценка прибыльности портфеля брендов.
10. Студенты в индивидуальном порядке проводят анализ информационного поля одного из брендов. На основе проведенного анализа даются рекомендации, в т.ч. использования сервисов для мониторинга.

4. Проверка практических навыков

Тема 4

- 1.Работа с собственными площадками.
2. Сайты, аккаунты, находящиеся в непосредственном управлении бренда.
3. Группы, паблики, находящиеся в непосредственном управлении бренда.
4. Работа с упоминаниями о бренде на внешних площадках.
5. Студентам предлагается создать собственную площадку в сети для продвижения нового бренда.
6. Ведется разработка проекта продвижения бренда в среде интернет.
7. Выбираются каналы продвижения.
8. Ведется проектирование мероприятий по продвижению бренда в социальных сетях.
9. Контент-маркетинг.
10. Анализ эффективности.

Экзамен

Вопросы к экзамену:

1. Аудит бренда.
2. Внешний репутационный аудит.
3. Анализ частоты упоминаний компании в СМИ.
4. Составление общего портрета предприятия на основании информации о нем в прессе.
5. Определение степени, характера и источников осведомленности целевой аудитории о деятельности компании.
6. Внутренний репутационный аудит.
7. Приведение атрибутов бренда в соответствие с данными.
8. Аудит бренда, имеющего стратегию.
9. Аудит при отсутствии стратегии бренда.
10. Создание медиа-образа бренда в СМИ.
11. Системы мониторинга и анализа бренда в СМИ.
12. Аналитика информационного поля бренда.
13. Сервисы для мониторинга социальных медиа.
14. Анализ качества присутствия брендов в соц.сетях.
15. Работа с собственными площадками: сайты, аккаунты, группы, паблики, находящиеся в непосредственном управлении бренда.
16. Работа с упоминаниями о бренде на внешних площадках.
- 17.Анализ потребителей: ?погружение?,
- 18.метод градуирования, использование фокус-групп.
- 19.Сегментация рынка (процесс 5W).
- 20.Анализ брендов конкурентов: позиции конкурентов
- 21.Анализ бренда компании: структура бренда, анализ сильных и слабых сторон, связи с другими брендами.
22. Технология brand mapping.
- 23.Студенты в группах выбирают одну из вышеперечисленных тем и проводят анализ возможностей аудита бренда при различных условиях. Приводятся примеры брендов, соотносятся возможности анализа. Устный опрос дополняется общей дискуссией.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Семестр 3			
Текущий контроль			
Устный опрос	Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.	1	5
		2	5
Письменная работа	Обучающиеся получают задание по освещению определённых теоретических вопросов или решению задач. Работа выполняется письменно и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	3	20
Проверка практических навыков	Практические навыки проверяются путём выполнения обучающимися практических заданий в условиях, полностью или частично приближенных к условиям профессиональной деятельности. Проверяется знание теоретического материала, необходимое для правильного совершения необходимых действий, умение выстроить последовательность действий, практическое владение приёмами и методами решения профессиональных задач.	4	20
Экзамен	Экзамен нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

Бренд-менеджмент : учеб.пособие / О.Г. Кузьмина. ? М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. ? 176 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/939859>

Бренд в современной культуре: Монография/Дмитриева Л.М. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 200 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/941943>

Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 'Издательство Шаркова', 2017. - 270 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/327924>

7.2. Дополнительная литература:

Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. ? М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. ? 284 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/910391>

Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб.пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. ? М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/953324>

Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / Эйнштейн М. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 301 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003009>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

MediaGuide - портал о медиабизнесе - www.mediaguide.ru

Общероссийская общественная организация "Национальная ассоциация журналистов "Медиакратия" - www.mediacratic.ru

Электронный журнал "Медиаскоп" - www.mediascope.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	<p>Часть аудиторного времени по данному курсу отводится практическим занятиям, которые проходят в форме семинаров согласно теме, цели, задачам и вопросам для обсуждения. Участие в практическом занятии позволит студенту разобраться в сложных для него проблемах, получить ответы на вопросы, которые оказались непонятными. Обмен мнениями и активное обсуждение с другими студентами группы проблематики истории искусства будет способствовать более успешному овладению учебным материалом.</p> <p>Семинар ? одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его. Семинарские занятия проводятся главным образом по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, требующим научно-теоретического анализа литературных источников.</p> <p>При подготовке к семинару студенту следует воспользоваться программой курса: прочитать перечень вопросов для обсуждения, ознакомиться со списком основной и обязательной литературы. После этого студенту предстоит законспектировать обязательную литературу. Для этого надо внимательно прочесть рекомендуемые тексты, а затем выписать в специальную тетрадь те идеи и выводы, которые важны для ответа на вопросы плана данного семинарского занятия. Далее студенту целесообразно перечитать конспект лекции по соответствующей теме, а затем изучить соответствующие разделы учебника или учебного пособия. Если какие-либо вопросы остались непонятными или же вызвали особый интерес, их надо зафиксировать и обратиться к дополнительной литературе. Такие вопросы, далее, следует предложить для общего обсуждения на семинаре. Вся необходимая для подготовки литература имеется в читальном зале научной библиотеки КФУ или полнотекстовых электронных базах данных "znanium", "ELIBRARI.RU", "БиблиоРоссика".</p> <p>При подготовке к семинару, который предполагает наряду с прослушиванием докладов ответы на теоретические вопросы, рекомендуется придерживаться следующей последовательности в работе:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сначала повторить, а при необходимости изучить зрительный ряд, относящийся к пройденному материалу: практические работы, схемы и иллюстрации в конспектах лекций и учебной литературе; 2. Повторить специальные слова и выражения; 3. Повторить текстовый материал лекций; 4. Прочитать текст лекций и учебной литературы. <p>Каждому студенту необходимо готовиться ко всем вопросам семинара.</p>
самостоятельная работа	<p>Студенты получают от преподавателя групповые/индивидуальные задания на самостоятельную работу, которые заключаются: в проработке лекций; знакомстве с видеорядом по теме; изучении литературы по теме предмета, выполнении самостоятельных заданий. Студенты получают от преподавателя групповые/индивидуальные задания на самостоятельную работу, которые заключаются: в проработке лекций; знакомстве с видеорядом по теме; изучении литературы по теме предмета, выполнении самостоятельных заданий.</p>
устный опрос	<p>В ходе подготовки к устному опросу изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и дипломных работ.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
письменная работа	<p>Подготовка письменной работы направлена на развитие и закрепление у студентов навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.</p> <p>Письменные работы должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.</p> <p>Темы письменных работ, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем письменной работы может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).</p> <p>Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.</p> <p>Во введении студент кратко обосновывает актуальность избранной темы работы, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.</p> <p>В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.</p> <p>В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.</p> <p>В список литературы (источников и литературы) студент включает только те документы, которые он использовал при написании работы.</p> <p>В приложении (приложения) к работе могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте работы.</p> <p>Письменная работа должна быть выполнена за один месяц до начала экзаменационной сессии.</p>
проверка практических навыков	<p>Часть аудиторного времени по данному курсу отводится практическим занятиям, которые проходят в форме семинаров согласно теме, цели, задачам и вопросам для обсуждения.</p> <p>Участие в практическом занятии позволит студенту разобраться в сложных для него проблемах, получить ответы на вопросы, которые оказались непонятными. Обмен мнениями и активное обсуждение с другими студентами группы проблематики истории искусства будет способствовать более успешному овладению учебным материалом.</p> <p>Семинар ? одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его. Семинарские занятия проводятся главным образом по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, требующим научно-теоретического анализа литературных источников.</p> <p>При подготовке к семинару студенту следует воспользоваться программой курса: прочитать перечень вопросов для обсуждения, ознакомиться со списком основной и обязательной литературы. После этого студенту предстоит законспектировать обязательную литературу. Для этого надо внимательно прочесть рекомендуемые тексты, а затем написать в специальную тетрадь те идеи и выводы, которые важны для ответа на вопросы плана данного семинарского занятия. Далее студенту целесообразно перечитать конспект лекции по соответствующей теме, а затем изучить соответствующие разделы учебника или учебного пособия. Если какие-либо вопросы остались непонятными или же вызвали особый интерес, их надо зафиксировать и обратиться к дополнительной литературе. Такие вопросы, далее, следует предложить для общего обсуждения на семинаре. Вся необходимая для подготовки литература имеется в читальном зале научной библиотеки КФУ или полнотекстовых электронных базах данных "znanium", "ELIBRARI.RU", "БиблиоРоссика".</p> <p>При подготовке к семинару, который предполагает наряду с прослушиванием докладов ответы на теоретические вопросы, рекомендуется придерживаться следующей последовательности в работе:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сначала повторить, а при необходимости изучить зрительный ряд, относящийся к пройденному материалу: практические работы, схемы и иллюстрации в конспектах лекций и учебной литературе; 2. Повторить специальные слова и выражения; 3. Повторить текстовый материал лекций; 4. Прочитать текст лекций и учебной литературы. <p>Каждому студенту необходимо готовиться ко всем вопросам семинара.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
экзамен	<p>Экзамен преследует цель оценить работу студента. Полученные теоретические знания, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умения синтезировать полученные знания и применять на практике решение практических задач. Лекции, семинары и контрольные работы являются важными этапами подготовки к экзамену, поскольку студент имеет возможность оценить уровень собственных знаний и своевременно восполнить имеющиеся пробелы. В этой связи необходимо для подготовки к экзамену первоначально прочитать лекционный материал, а также соответствующие разделы рекомендуемых учебных пособий. Лучшим вариантом является тот, при котором студент использует при подготовке как минимум два учебных пособия. Это способствует разностороннему восприятию конкретной темы.</p> <p>Презентация составляется в программе Power Point по теме. Презентация должна включать 12-25 слайдов. Презентация должна всесторонне раскрывать тему выступления. Не допускается дублирования текста выступления с текстами на слайде. Обязательным требованием является использование контрастных графических элементов на слайде. Не допускается перегрузка слайда текстовым материалом (не более 7 строк на слайде). Использование графиков, диаграмм, инфографических элементов и иллюстраций приветствуется, но не является обязательным к выполнению.</p>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины "Аудит брендов" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 2010 Professional Plus Russian

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины "Аудит брендов" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью" и магистерской программе Медиааналитика .