

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

Разработка медиастратегии Б1.В.ДВ.07.01

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): Никитин А.А.

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) доцент, к.н. Никитин А.А. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), Aleksej.Nikitin@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-1	способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
ПК-2	способен осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий
ПК-3	способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
ПК-4	способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-5	способен оценивать затраты и результаты деятельности организации

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

- сущность и основные элементы содержания понятия 'медиастратегия';
- задачи разработки медиастратегий;
- основные способы разработки медиастратегий;
- организационно-технологические и социально-экономические компоненты процесса разработки и реализации медиастратегий.

Должен уметь:

- правильно анализировать базовые состояния и тенденции медиакампаний;
- разрабатывать методологию исследования медиакампаний, проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий.

Должен владеть:

- культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией.

Должен демонстрировать способность и готовность:

- применять полученные знания в практической деятельности разработки медиастратегий.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.07.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью (Медиааналитика)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 1 курсе в 2 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 1 зачетных(ые) единиц(ы) на 36 часа(ов).

Контактная работа - 18 часа(ов), в том числе лекции - 8 часа(ов), практические занятия - 10 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 18 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет во 2 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. Понятие медиастратегии и ее место в рекламной и PR-деятельности. Медиастратегия как конкретный проект, как технологический процесс и как вид деятельности.	2	2	2	0	4
2.	Тема 2. Методы измерения и стандартные параметры аудитории основных СМК (печатные СМИ, радио, телевидение, интернет)	2	2	2	0	4
3.	Тема 3. Разработка медиастратегии в рекламной деятельности. Рекламная кампания: цели, структура, типология, стратегии.	2	2	2	0	4
4.	Тема 4. Процессы разработки медиастратегии в рекламной деятельности: основные этапы, ресурсы, средства контроля. Проблема эффективности медиастратегии в рекламной деятельности.	2	2	4	0	6
	Итого		8	10	0	18

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие медиастратегии и ее место в рекламной и PR-деятельности. Медиастратегия как конкретный проект, как технологический процесс и как вид деятельности.

Понятие медиастратегии. Ее место в структуре рекламной и PR-деятельности организации. Виды медиастратегий. Условия возможности реализации эффективной медиастратегии. Медиастратегия как конкретный проект. Компоненты медиастратегии как проекта. Разработка медиастратегии как технологический процесс и его компоненты: целеполагание, операции, ресурсы, инструменты, контроль. Стратегическое медиапланирование как вид деятельности. Технологическое обеспечение разработки медиастратегии.

Тема 2. Методы измерения и стандартные параметры аудитории основных СМК (печатные СМИ, радио, телевидение, интернет)

Методы измерения аудитории. Краткая история развития методов измерения аудитории СМК. Опросные и приборные методы измерения аудитории. Специфика методов измерения аудитории печатных СМИ, радио, телевидения, интернета, наружной рекламы. Стандартные параметры измерения аудитории (технические, редакционные, рекламные). Стандартные параметры измерения аудитории печатных СМИ, аудитории радиостанций, аудитории телеканалов, аудитории интернет - ресурсов, в том числе социальных медиа, аудитории наружной рекламы.

Тема 3. Разработка медиастратегии в рекламной деятельности. Рекламная кампания: цели, структура, типология, стратегии.

Специфика рекламной деятельности. Место рекламной деятельности в системе маркетинга. Основные цели рекламной деятельности. Структура рекламного рынка: основные и неосновные субъекты, их функции, взаимосвязи между ними. Конкурентная среда на рекламном рынке. Борьба рекламодателей и СМК за целевые аудитории. Рекламная кампания как основной вид рекламной деятельности. Цели рекламной кампании. Индикаторы рекламной кампании. Структура рекламной кампании как технологического процесса (этапы, операции, ресурсы, инструменты, контроль). Типология рекламных кампаний. Понятие рекламной стратегии. Виды рекламной стратегии. Учет целей, структурных компонентов, типологии и стратегии рекламной кампании в процессе медиапланирования.

Тема 4. Процессы разработки медиастратегии в рекламной деятельности: основные этапы, ресурсы, средства контроля. Проблема эффективности медиастратегии в рекламной деятельности.

Основные этапы разработки медиастратегии. Постановка цели и задач рекламной кампании. Определение рекламируемого объекта. Определение целевой аудитории. Выбор рекламных носителей. Установление целевых характеристик рекламной кампании (временных, медиальных, аудиторных, стоимостных и др.). Разработка конкретного медиаплана. Определение средств промежуточного контроля исполнения медиастратегии и медиаплана (контроль за выходом рекламных сообщений на каждом рекламном носителе, контроль за достижением промежуточных значений параметров аудитории и др.). Проблема эффективности медиастратегического планирования в рекламной деятельности. Базовые задачи планирования медиастратегии: максимизация аудитории при заданном бюджете; минимизация расходов на размещение рекламы при заданных параметрах аудитории. Посткампейн-анализ рекламной кампании.

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 2			

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
	Текущий контроль		
1	Дискуссия	ПК-2 , ПК-3 , ПК-1 , ПК-4 , ПК-5	1. Понятие медиастратегии и ее место в рекламной и PR-деятельности. Медиастратегия как конкретный проект, как технологический процесс и как вид деятельности. 2. Методы измерения и стандартные параметры аудитории основных СМК (печатные СМИ, радио, телевидение, интернет) 3. Разработка медиастратегии в рекламной деятельности. Рекламная кампания: цели, структура, типология, стратегии.
2	Письменная работа	ПК-1 , ПК-3 , ПК-4 , ПК-5	4. Процессы разработки медиастратегии в рекламной деятельности: основные этапы, ресурсы, средства контроля. Проблема эффективности медиастратегии в рекламной деятельности.
	Зачет	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5	

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 2					
Текущий контроль					
Дискуссия	Высокий уровень владения материалом по теме дискуссии. Превосходное умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Высокий уровень этики ведения дискуссии.	Средний уровень владения материалом по теме дискуссии. Хорошее умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Средний уровень этики ведения дискуссии.	Низкий уровень владения материалом по теме дискуссии. Слабое умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Низкий уровень этики ведения дискуссии.	Недостаточный уровень владения материалом по теме дискуссии. Неумение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Отсутствие этики ведения дискуссии.	1
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.	2
	Зачтено			Не зачтено	
Зачет	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой дисциплины.		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 2

Текущий контроль

1. Дискуссия

Темы 1, 2, 3

1. Определение дефиниции ?Медиастратегия?.
2. Развитие представлений о медиапланах.
3. Методологические основания различных типов медиастратегий.
4. Проектная основа разработки медиастратегий.
5. Методология медиа измерений.
6. Техника измерения СМИ.
7. Техника измерения аудитории.
8. Теоретические основания рекламной деятельности.
9. Понятие и виды рекламных кампаний.
10. Базовые подходы к определению видов рекламных стратегий: непрерывная рекламная активность; пульсирующая рекламная активность; прерывистая рекламная активность.
11. Процесс целеполагания рекламной кампании.
12. Определение базовых задач медиастратегии.
13. Аналитическое сопровождение стратегического планирования медиакампаний.
14. Какие технологические средства обеспечения разработки медиастратегий Вам известны?
15. В чем заключается суть и необходимость проведения медиа измерений в процессе разработки медиастратегий? Перечислите с примерами их применения основные методы исследования СМИ. Перечислите с примерами их применения основные методы исследования аудитории.
16. Дайте определение понятиям "рекламная деятельность" и "рекламная кампания". В чем их видовые различия? Перечислите базовые виды рекламных стратегий. Приведите примеры из реальной рекламной практики различных видов рекламных стратегий.
17. Перечислите основные этапы разработки медиастратегии. Какие существуют эффективные средства промежуточного контроля реализации медиастратегии?

2. Письменная работа

Тема 4

Контрольная точка. Разработка базового варианта медиастратегии по предлагаемым параметрам:

- 1) специфика кампании - на выбор предоставляются следующие варианты:
 - а) коммерческая компания по производству продуктов питания
 - б) некоммерческая организация благотворительного типа
 - в) коммерческая организация по созданию туристических продуктов;
- 2) специфика продукта:
 - а) продукт среднего ценового сегмента
 - б) продукт высокого ценового сегмента сезонного спроса
 - в) продукт премиального ценового сегмента;
- 3) ситуация на тематическом рынке:
 - а) стабильная ситуация, высокий спрос на продукт
 - б) стабильная ситуация, неудовлетворительный спрос на продукт
 - в) нестабильная ситуация, изменчивый спрос на продукт;
- 4) вариативные параметры кампании - бюджет, территория, аудитория. Определяются преподавателем исходя из выбранных ранее параметров.

Зачет

Вопросы к зачету:

1. Понятие медиастратегии. Ее место в структуре рекламной и PR-деятельности организации.
2. Виды медиастратегий. Условия возможности реализации эффективной медиастратегии.
3. Медиастратегия как конкретный проект. Компоненты медиастратегии как проекта.
4. Разработка медиастратегии как технологический процесс и его компоненты: целеполагание, операции, ресурсы, инструменты, контроль.
5. Стратегическое медиапланирование как вид деятельности.
6. Технологическое обеспечение разработки медиастратегии.
7. Методы измерения аудитории.
8. История развития методов измерения аудитории СМК.
9. Опросные и приборные методы измерения аудитории.
10. Специфика методов измерения аудитории печатных СМИ, радио, телевидения, интернета, наружной рекламы.
11. Стандартные параметры измерения аудитории (технические, редакционные, рекламные).

12. Стандартные параметры измерения аудитории печатных СМИ, аудитории радиостанций, аудитории телеканалов, аудитории интернет - ресурсов, в том числе социальных медиа, аудитории наружной рекламы.
13. Специфика рекламной деятельности. Место рекламной деятельности в системе маркетинга.
14. Основные цели рекламной деятельности.
15. Структура рекламного рынка: основные и неосновные субъекты, их функции, взаимосвязи между ними.
16. Конкурентная среда на рекламном рынке. Борьба рекламодателей и СМК за целевые аудитории.
17. Рекламная кампания как основной вид рекламной деятельности.
18. Цели рекламной кампании. Индикаторы рекламной кампании.
19. Структура рекламной кампании как технологического процесса (этапы, операции, ресурсы, инструменты, контроль).
20. Типология рекламных кампаний.
21. Понятие рекламной стратегии. Виды рекламной стратегии.
22. Учет целей, структурных компонентов, типологии и стратегии рекламной кампании в процессе медиапланирования.
23. Основные этапы разработки медиастратегии.
24. Постановка цели и задач рекламной кампании. Определение рекламируемого объекта.
25. Определение целевой аудитории. Выбор рекламных носителей.
26. Установление целевых характеристик рекламной кампании (временных, медиальных, аудиторных, стоимостных и др.).
27. Разработка конкретного медиаплана.
28. Определение средств промежуточного контроля исполнения медиастратегии и медиаплана (контроль за выходом рекламных сообщений на каждом рекламном носителе, контроль за достижением промежуточных значений параметров аудитории и др.).
29. Проблема эффективности медиастратегического планирования в рекламной деятельности.
30. Базовые задачи планирования медиастратегии: максимизация аудитории при заданном бюджете; минимизация расходов на размещение рекламы при заданных параметрах аудитории.
31. Посткампейн-анализ рекламной кампании.

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 2			
Текущий контроль			
Дискуссия	На занятии преподаватель формулирует проблему, не имеющую однозначного решения. Обучающиеся предлагают решения, формулируют свою позицию, задают друг другу вопросы, выдвигают аргументы и контраргументы в режиме дискуссии. Оцениваются владение материалом, способность генерировать свои идеи и давать обоснованную оценку чужим идеям, задавать вопросы и отвечать на вопросы, работать в группе, придерживаться этики ведения дискуссии.	1	40
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.	2	10

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Зачет	Зачёт нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Обучающийся получает вопрос (вопросы) либо задание (задания) и время на подготовку. Зачёт проводится в устной, письменной или компьютерной форме. 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:

Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - М.:Дашков и К, 2017. - 488 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/329134>

Медиапланирование. Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 'Реклама', 'Маркетинг', 'Психология', 'Социология', 'Журналистика' / Бузин В.Н., Бузина Т.С. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872862>

Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872861>

7.2. Дополнительная литература:

Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме : монография / С.П. Казаков. ? М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. ? 98 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/907606>

Коммуникология: теория и практика массовой информации: Учебник / Шарков Ф.И., Силкин В.В. - М.:Дашков и К, 2017. - 160 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/937258>

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

Наука о рекламе - www.advertology.ru

Профессиональный PR-портал "Sovetnik.ru" - sovetnik.ru

Рекламное измерение - www.triz-ri.ru

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	<p>В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.</p> <p>В ходе подготовки к семинарам 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. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой.</p> <p>Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. 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
практические занятия	<p>В ходе подготовки к практическим занятиям 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. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на практическое занятие. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. 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 выпускных квалификационных работ.</p>
самостоятельная работа	<p>Подготовка к самостоятельной работе начинается с изучения темы занятия, сбора и анализа обязательной и дополнительной литературы. Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах. План - это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект. Конспект - это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различают четыре типа конспектов: - План-конспект - это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении. - Текстуальный конспект - это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника. - Свободный конспект - это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом. - Тематический конспект - составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу). Ввиду трудоемкости подготовки к практическому занятию преподавателю следует предложить студентам алгоритм действий, рекомендовать еще раз внимательно прочитать записи лекций и уже готовый конспект по теме занятия, тщательно продумать свое устное выступление. На занятии каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, использовать знание художественной литературы и искусства, факты и наблюдения современной жизни и т. д. Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый. Преподавателю необходимо внимательно и критически слушать, подмечать особенное в суждениях студентов, улавливать недостатки и ошибки, корректировать их знания, и, если нужно, выступить в роли рефери. При этом обратить внимание на то, что еще не было сказано, или поддержать и развить интересную мысль, высказанную выступающим студентом. В заключение преподаватель, как руководитель занятия, подводит итоги обсуждения. Он может (выборочно) проверить конспекты студентов и, если потребуется, внести в них исправления и дополнения.</p>
дискуссия	<p>На занятии преподаватель формулирует проблему, не имеющую однозначного решения. Обучающиеся предлагают решения, формулируют свою позицию, задают друг другу вопросы, выдвигают аргументы и контраргументы в режиме дискуссии. Оцениваются владение материалом, способность генерировать свои идеи и давать обоснованную оценку чужим идеям, задавать вопросы и отвечать на вопросы, работать в группе, придерживаться этики ведения дискуссии.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
письменная работа	<p>К какому бы типу письменных работ не относилась выполняемая студентом работа, существуют общие правила их подготовки. Можно выделить три основных этапа подготовки студентом его работы. На первом этапе происходит выбор или получение темы студентом. Студент, выбрав тему контрольной работы, сообщает старосте группы. Староста группы составляет список студенты с указанием выбранной темы и даты и направляет электронным письмом преподавателю. При этом необходимо учитывать актуальность, степень научной разработанности темы, её практическое и познавательное значение. Перечень тем, заданий или вопросов, предлагаемых студентам, подготавливается и утверждается на кафедре. Второй этап подразумевает непосредственную подготовку к написанию письменной работы. Данный этап включает отбор материала, изучение литературы, составление оглавления будущей письменной работы. Первоначально студенту необходимо определить цель написания работы по закреплённой теме, а также перечень решаемых вопросов. Относительно оглавления письменной работы следует отметить, что она может носить рабочий, простой или развёрнутый характер. Рабочий (план) представляет собой краткий перечень основных вопросов, решаемых в ходе выполнения работы. Название главы (параграфа) должны раскрывать тему письменной работы, а не повторять её в различных вариантах. На третьем этапе происходит систематизация отобранного материала, его обобщение, а также формулировка выводов по заданной теме. Подготовка письменной работы на третьем этапе является наиболее трудоёмкой, в ходе которой студент методами анализа и синтеза практически создаёт черновой вариант будущей работы. Заключительные этапы касаются уже не подготовки, а непосредственно написания и оформления письменной работы.</p>
зачет	<p>Зачет - важный этап в учебном процессе, имеющий целью проверку знаний, выявление умений применять полученные знания к решению практических задач. Как подготовка к нему, так и сам - форма активизации и систематизации полученных знаний, их углубления и закрепления. В ходе зачета студент должен быть готов к ответу на дополнительные вопросы, к решению задач в рамках проблематики билета. На зачете студент должен четко и ясно формулировать ответ на вопрос билета; ответ необходимо проиллюстрировать конкретной практической информацией. Студент должен глубоко разбираться во всем круге вопросов по получаемой специальности.</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 "Разработка медиастратегии" 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 "Разработка медиастратегии" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

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 .