

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

Медиапланирование Б1.В.ДВ.07.02

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): Никитина Т.И.

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. Никитина Т.И. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), Tatjana.Nikitina@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:

основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования;

- основные технологии медиапланирования;
- модели прогнозирования рейтинга.

Должен уметь:

составить медиаплан и выполнить оценку его эффективности;

- оценивать отбор носителей рекламы;
- проводить ситуационный анализ (товар, аудитория, рынок).

Должен владеть:

традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности;

- навыками работы с данными измерения аудитории и другими информационными источниками медиапланирования;
- представлениями о сущности и структуре основных документов медиапланирования;
- приемами и принципами составления медиапланов, основываясь на конкретно заданных параметрах.

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.07.02 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. Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики	2	0	2	0	2
2.	Тема 2. Основные этапы медиапланирования	2	4	2	0	4
3.	Тема 3. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике	2	0	2	0	4
4.	Тема 4. Характеристики и особенности основных каналов размещения: - Пресса - ТВ - Радио - Internet - Наружная реклама	2	4	2	0	4
5.	Тема 5. Эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании	2	0	2	0	4
	Итого		8	10	0	18

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики

Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. 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.

Тема 2. Основные этапы медиапланирования

Анализ рекламно-маркетинговой ситуации. Составление медиа-брифа. Анализ текущего положения бренда. 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.

Разработка медиастратегии рекламной кампании. Параметры продвижения бренда.

Определение бюджета выделяемого на размещение рекламы (медиасплит, медиаобсчет).

Тактическое медиапланирование (выбор конкретных средств распространения рекламы; период проведения кампании; формат рекламных сообщений).

Медиамикс для рекламной кампании. Выбор масштаба рекламной кампании.

Формирование календарного графика размещения рекламных сообщений (медиаплан).

Медиабаинг. Профессия медиабаер. Проблема приобретения места для размещения рекламы.

Определение процедур контроля и оценки эффективности медиа планирования.

Тема 3. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике

Медиастатистики, описывающие медиаплан.

Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point)

Целевой рейтинг (TRP, target rating point)

Охват рекламной кампании (Reach / Cover %)

OTS (opportunity to see)

Частота рекламного сообщения (Average Frequency)

Доля голоса (share of voice, SOV)

Медиастатистики, описывающие аудиторию одного медиа события. Рейтинг (Rating). HUT (Households using television). Доля телесмотрения (share).

Индекс соответствия (Affinity index).

Стоимостные характеристики медиа

CPT (cost per thousand)

CPP (cost per point)

Доля рекламных затрат (share of spend, SOS)

Advertising to Sales (A/S)

Матрица Остроу (Joseph W. Ostrow)

Тема 4. Характеристики и особенности основных каналов размещения: - Пресса - ТВ - Радио - Internet - Наружная реклама

Реклама в прессе: особенности газетной рекламы. Преимущества и недостатки газет с точки зрения размещения рекламы. Особенности рекламных объявлений в печатных СМИ. Журналы, их преимущества и недостатки с точки зрения размещения рекламы. Радио и телевидение как рекламоносители. Возможности Интернета как рекламоносителя. Средства наружной рекламы, специфика рекламы на транспорте. Директ-мейл и его специфика.

Тема 5. Эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании

Методика исследований эффективности медиаплана и мероприятия по контролю эффективности его исполнения.

1. Определение оценки эффективности средств массовой информации.
2. Проведение предварительного тестирования и параллельное тестирование.
3. Провести оценку отношения к переданному сообщению.
4. Определить методы текущего контроля ситуации на рынке.

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			
<i>Текущий контроль</i>			
1	Устный опрос	ПК-5, ПК-4, ПК-3, ПК-2, ПК-1	1. Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики 3. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике
2	Творческое задание	ПК-5, ПК-4, ПК-3, ПК-2, ПК-1	4. Характеристики и особенности основных каналов размещения:- Пресса- ТВ- Радио- Internet- Наружная реклама
3	Письменное домашнее задание	ПК-5, ПК-4, ПК-3, ПК-2, ПК-1	5. Эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании
4	Письменная работа	ПК-5, ПК-4, ПК-3, ПК-2, ПК-1	2. Основные этапы медиапланирования 3. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике
	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					
<i>Текущий контроль</i>					
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

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Творческое задание	Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.	Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.	Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.	Продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.	2
Письменное домашнее задание	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
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.	4
	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. Устный опрос

Темы 1, 3

Тема 1.

В рамках данной темы разъясняется роль планирования рекламной кампании. Рассматриваются цель и задачи медиапланирования.

Особое внимание уделяется восприятию рекламы в различных СМИ, факторам выбора средств рекламы; характеристикам, преимуществам и недостаткам телевидения, радио, прессы, наружной рекламы, рекламы на / в транспорте и др.

Вопросы для устного опроса:

1. Обозначьте историю развития медиапланирования.
2. Определите понятие ?медиапланирование?.
3. Обозначьте цели и задачи медиапланирования.
4. Преимущества и недостатки телевидения.
5. Преимущества и недостатки радио.
6. Преимущества и недостатки печатных СМИ.
7. Преимущества и недостатки наружной рекламы.
8. Традиционные и нетрадиционные носители рекламы.
9. Критерии выбора оптимальных медианосителей.
10. Назовите основные принципы отбора медианосителей.

Практическое задание 2

Время выполнения задания: 2 часа

Форма организации студентов на практическом занятии: групповое (3-4 человека)

Студентам необходимо подготовить аналитический обзор местной рекламы в региональных (республика Татарстан) печатных изданиях, телевизионных каналах, радиостанциях, наружных носителях или Интернет версиях. Проследить основные тенденции в рекламе, тематическую направленность, визуальные компоненты, сюжетные линии и т.д. Использовать количественные и качественные методы.

Дать оценку эффективности выбранного медианосителя.

Каждая подгруппа выбирает по одному медианосителю.

Форма отчета: отчет о результатах проведенного исследования, презентация в Power Point

Тема 3.

1. Медиастатистики описывающие медиаплан: Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point), Целевой рейтинг (TRP, target rating point).
2. Медиастатистики описывающие медиаплан: Охват рекламной кампании (Reach / Cover %), OTS (opportunity to see).
3. Охват аудитории. Выбор схемы охвата целевой аудитории.
4. Медиастатистики описывающие медиаплан: Частота рекламного сообщения (Average Frequency), Доля голоса (share of voice, SOV).
5. Медиастатистики, описывающие аудиторию одного медиа события: Рейтинг (Rating), HUT (Households using television),
6. Медиастатистики, описывающие аудиторию одного медиа события: Доля телесмотрения (share), Индекс соответствия (Affinity index).
7. Стоимостные характеристики медиа: CPT (cost per thousand), CPP (cost per point),
8. Стоимостные характеристики медиа: Доля рекламных затрат (share of spend, SOS), Advertising to Sales (A/S).
9. Эффективная частота по Остроу.
10. Теории эффективной частоты.

2. Творческое задание

Тема 4

ЦЕЛЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

Научиться на практике разрабатывать рекламную кампанию, создавать медиапланы для таких медианосителей как пресса, телевидение, радио и Интернет.

Практическое задание 1

Время выполнения задания: 12 часов

Форма организации студентов на практическом занятии: групповое (2-3 человека)

Разработать медиаплан используя только наружные рекламные носители. Отразить все этапы медиапланирования. Компания и продукт представляется преподавателем.

Форма отчета: отчет о результатах проведенного исследования, презентация в Power Point.

□ Практическое задание 2

Время выполнения задания: 12 часов

Форма организации студентов на практическом занятии: групповое (2-3 человека)

Разработать медиаплан используя только телевидение. Отразить все этапы медиапланирования. Компания и продукт представляется преподавателем.

Форма отчета: отчет о результатах проведенного исследования, презентация в Power Point.

□ Практическое задание 3

Время выполнения задания: 12 часов

Форма организации студентов на практическом занятии: групповое (2-3 человека)

Разработать медиаплан используя только радио. Отразить все этапы медиапланирования. Компания и продукт представляется преподавателем.

Форма отчета: отчет о результатах проведенного исследования, презентация в Power Point.

□ Практическое задание 4

Время выполнения задания: 12 часов

Форма организации студентов на практическом занятии: групповое (2-3 человека)

Разработать медиаплан используя только Интернет. Отразить все этапы медиапланирования. Компания и продукт представляется преподавателем.

Форма отчета: отчет о результатах проведенного исследования, презентация в Power Point.

Практическое задание 5.

Время выполнения задания: 8 часов

Форма организации студентов на практическом занятии: групповое (2-3 человека)

Компания ?Красный куб?, специализирующаяся на изготовлении авторских подарков, в рамках сезонной рекламной кампании (декабрь ? январь) планирует разместить 15-ти и 20-ти секундные споты:

- об открытии нового магазина в крупном торгово-развлекательном центре "Мега" г.Казани
- об открытии Интернет-магазина
- о предстоящих акциях в зимний период (планируется беспроигрышная лотерея)

Требования рекламодателя:

- вид СМИ: радио
- регион: г. Казань
- позиционирование: прогноз погоды, спонсорство передач, ориентированных на женщин и молодежь, возможно рассмотреть и др. варианты размещения

Задание:

1. Составьте примерные рекламные тексты (на 15 и 20 секунд).
2. Опишите целевую аудиторию (помним, что ЦА должна соответствовать выбранным рекламным каналам).
3. Обоснуйте выбор радиостанций (соответствие ЦА и запросам РД).
4. Подготовьте медиаплан для рекламодателя с учетом представленных требований и общим объемом рекламной кампании 550 тыс. рублей.

В медиаплане должны быть отражены:

- название рекламного агентства (у кого покупаем?)
- название радиостанции (где покупаем?)
- название передачи (что покупаем? не забываем про ЦА)
- время выхода
- дана краткая характеристика ЦА
- количество выходов (помним про частоту F)
- стоимость размещения (1 сек., 1 спота, общая стоимость)
- возможные скидки.

Форма отчета: отчет о результатах проведенного исследования, презентация в Power Point.

3. Письменное домашнее задание

Тема 5

Компания "Мир окон", специализирующееся на изготовлении и установке окон, в рамках сезонной рекламной кампании (апрель-июнь) планирует разместить рекламное сообщение о предстоящей акции и соответствующих скидках для населения г.Казани и пригорода.

Требования рекламодателя:

- наружная реклама: билборд 3х6; ситиформат 1,8х1,2
- география: Казань
- срок: 1 месяц
- GRP: 15-23

Задание

1. Разработайте рекламное сообщение для предприятия ?Мир окон? (с учетом типа РК).
2. Опишите ЦА.
3. Обоснуйте выбор каждого рекламоносителя.

4. Подготовьте медиа-обсчет для рекламодателя с учетом представленных требований и общим объемом рекламной кампании 950 тыс. рублей из них 420-480 тыс. рублей на наружную рекламу.

5. Для выполнения задания постройте таблицу в Excel.

4. Письменная работа

Темы 2, 3

Тема 2.

ЦЕЛЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

Научить студентов на практике планировать рекламную кампанию, создавать медиаплан.

□ Практическое задание 1

Время выполнения задания: 2 часа

Форма организации студентов на практическом занятии: групповое (3-4 человека)

Подготовить медиабриф для компании. Компания выбирается микрогруппой из следующих направлений:

- сетевой продовольственный магазин
- салон красоты
- цветочный магазин
- частная школа танцев
- фитнес-клуб
- детская стоматологическая клиника
- банк
- строительная фирма
- пекарня
- магазин бытовой техники
- ресторан
- туристическое агентство.

Каждый студент готовит медиабриф индивидуально, который обсуждается на практическом занятии и создается коллегиальный медиабриф.

Форма отчета: письменная работа.

Практическое задание 2

Время выполнения задания: 2 часа

Форма организации студентов на практическом занятии: групповое (3-4 человека)

Разработайте несколько вариантов тактики медиапланирования для ресторана (по выбору студентов). Сравните их и выберите наиболее оптимальную медиатактику.

Форма отчета: отчет, презентация в Power Point.

Тема 3.

Решение задач.

Время выполнения задания: 2 часа

Форма организации студентов на практическом занятии: индивидуальное

Решение задач.

1. В городе Альметьевске проживает 15% населения региона, в городе Набережные Челны ? 24%. На город Альметьевск приходится 18% продаж компании Бюрократ, а на город Набережные Челны ? 27%. Каков будет показатель индекса бренда (BDI) для компании ?Бюрократ? в городах Альметьевске и Набережных Челнах?

2. Канал ?Эфир? охватывает 22% целевой аудитории, Канал ?Домашний? ? 17%. Пересечение аудитории у этих двух каналов составляет 8%. Каков охват целевой аудитории данными двумя каналами?

3. ?Радиостанция Маяк? охватывает 12% целевой аудитории, ?Радиостанция Европа+? ? 14%, ?Радиостанция БИМ? - 9%. Каков общий охват целевой аудитории?

4. ?Радиостанция Маяк? охватывает 12% целевой аудитории. Максимальный охват радиостанции ? 25%. Каков охват целевой аудитории, если реклама на данной радиостанции была размещена 3 раза?

5. За рекламную кампанию достигнут охват аудитории 50% ($Reach(1+) = 50\%$). Средняя частота составила 4 ($Frequency = 4$). Каково значение GRP?

6. За рекламную кампанию набрано 420 GRP.

Охват составляет 80% ($Reach(1+) = 80\%$). Каково значение средней частоты?

7. Во время рекламной кампании было размещено:

? 1-й канал ? рейтинг 12%, выходов 7,

? 2-й канал ? рейтинг 7%, выходов 9,

? 3-й канал ? рейтинг 9%, выходов 12.

Охват кампании ? 30%. Какова частота кампании?

8. В городе проживает 220 000 женщин в возрасте 20-40 лет. Во время рекламной кампании было охвачено 70%. Частота составила 4,2. Какое количество контактов было осуществлено в рамках кампании?

9. Во время рекламной кампании было охвачено 65%. Частота составила 7,2. Бюджет составил 12 000 руб. Какова стоимость одного пункта рейтинга?

10. Во время рекламной кампании было охвачено 70% целевой аудитории, составляющей 520 000 человек. Частота составила 5. Бюджет ? 210 000 руб. Какова стоимость одного контакта?

Зачет

Вопросы к зачету:

1. История возникновения и развития медиапланирования.
2. Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи.
3. Современные программные продукты, используемые в медиапланировании.
4. Методы исследования аудитории прессы, телевидения, радио.
5. Характеристика основных субъектов рынка рекламы в СМИ.
6. Восприятие рекламы в различных СМИ, факторы выбора средств рекламы.
7. Характеристики, преимущества и недостатки телевидения, радио, прессы, наружной рекламы, рекламы на / в транспорте и др.
8. Принципы отбора медианосителей.
9. Основные этапы медиапланирования.
10. Этап медиапланирования: Анализ рекламно-маркетинговой ситуации. Составление медиабрифа. Анализ текущего положения бренда.
11. Разработка медиастратегии рекламной кампании.
12. Тактическое медиапланирование и его этапы.
13. Медиаисследования и их роль в медиапланировании.
14. Основные параметры медиапланирования.
15. Понятие рейтинга, его расчет, факторы, влияющие на его величину.
16. Бюджет рекламной кампании и его влияние на медиапланирование.
17. Ценообразование, тарифы и скидки на размещение рекламных материалов.
18. Медиамикс как основа эффективного планирования масштабной рекламной кампании.
19. Печатные СМИ в медиапланировании.
20. Он-лайн издания в медиапланировании
21. Медиапланирование в интернете. Достоинства и недостатки, виды интернет-рекламы, стоимость электронной рекламы.
22. Специфика медиапланирования в Интернете.
23. Особенности медиапланирования на радио.
24. Телевидение: особенности использования в медиапланировании.
25. Специфика медиапланирования на телевидении.
26. Место рекламы на ТВ и ее эффективность: в программе, вне программы, в специальном блоке, очередность показа, соседство в рекламном блоке.
27. Особенности медиапланирования в наружной рекламе.
28. Понятие медиабайинга и медиаселлинга.
29. Выбор информационного канала на основе сравнения та-риффов с учетом рекламного бюджета.
30. Модель оптимизации минимальной эффективной частоты Россистера, Перси и Данахера.
31. Модель эффективной частоты Джозефа Острова.
32. Модель CMDC.
33. Модель NRP.
34. Проблема приобретения места для размещения рекламы.

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			

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Устный опрос	Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, общаются, 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
Творческое задание	Обучающиеся выполняют задания, требующие создания уникальных объектов определённого типа. Тип объекта, его требуемые характеристики и методы его создания определяются потребностями профессиональной деятельности в соответствующей сфере либо целями тренировки определённых навыков и умений. Оцениваются креативность, владение теоретическим материалом по теме, владение практическими навыками.	2	15
Письменное домашнее задание	Обучающиеся получают задание по освещению определённых теоретических вопросов или решению задач. Работа выполняется письменно дома и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	3	15
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.	4	15
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)

ВЦИОМ - <http://www.wciom.ru/>

Исследовательский холдинг Ромир - romir.ru

Исследовательский центр Comcon - <http://www.comcon-2.com>

Левада-Центр - <http://www.levada.ru/>

ТНС Глобал Медиа - <http://www.tns-global.ru>

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	<p>Методические рекомендации при работе над конспектом лекций во время проведения лекции.</p> <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. Подготовить тезисы для выступления 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>
практические занятия	<p>Одной из важных форм самостоятельной работы является подготовка к практическому занятию. При подготовке к практическим занятиям студент должен придерживаться следующей технологии: 1. внимательно изучить основные вопросы темы и план практического занятия, определить место темы занятия в общем содержании, ее связь с другими темами; 2. найти и проработать соответствующие разделы в рекомендованных нормативных документах, учебниках и дополнительной литературе; 3. после ознакомления с теоретическим материалом ответить на вопросы для самопроверки; 4. продумать свое понимание сложившейся ситуации в изучаемой сфере, пути и способы решения проблемных вопросов; 5. продумать развернутые ответы на предложенные вопросы темы, опираясь на лекционные материалы, расширяя и дополняя их данными из учебников, дополнительной литературы.</p>
самостоятельная работа	<p>1. Внимательно выслушайте или прочитайте тему и цели самостоятельной работы. 2. Обсудите текст задания с преподавателем и группой, задавайте вопросы - нельзя оставлять невыясненными или непонятыми ни одного слова или вопроса. 3. Внимательно прослушайте рекомендации преподавателя по выполнению самостоятельной работы. 4. Уточните время, отводимое на выполнение задания, сроки сдачи и форму отчета у преподавателя. 5. Внимательно изучите письменные методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы. 6. Ознакомьтесь со списком литературы и источников по заданной теме самостоятельной работы. 7. Повторите необходимый для выполнения самостоятельной работы теоретический материал по конспектам лекций и другим источникам, ответьте на вопросы и самоконтроля по изученному материалу. 8. Подготовьте все необходимое для выполнения задания, рационально (удобно и правильно) расположите па рабочем столе. Не следует браться за работу, пока не подготовлено рабочее место. 9. Продумайте ход выполнения работы, составьте план, если это необходимо. 10. Если вы делаете сообщение, то обязательно прочтите текст медленно вслух, обращая особое внимание на произношение новых терминов и стараясь запомнить информацию. 11. Если при выполнении самостоятельной работы применяется групповое или коллективное выполнение задания, старайтесь поддерживать в коллективе нормальный психологический климат, грамотно распределить обязанности. Вместе проводите анализ и самоконтроль организации самостоятельной работы группы. 12. В процессе выполнения самостоятельной работы обращайтесь за консультациями к преподавателю, чтобы вовремя скорректировать свою деятельность, проверить правильность выполнения задания. 13. Сдайте готовую работу преподавателю для проверки точно в срок. 14. Участвуйте в обсуждении и оценке полученных результатов самостоятельной работы.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
устный опрос	<p>Методические указания студентам к УСТНОМУ ОПРОСУ:</p> <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>
творческое задание	<p>Творческое задание - одна из форм самостоятельной работы студентов, способствующая углублению знаний, выработке устойчивых навыков самостоятельной работы. Творческое задание - задание, которое содержит больший или меньший элемент неизвестности и имеет, как правило, несколько подходов. В качестве главных признаков творческих домашних работ студентов выделяют: высокую степень самостоятельности; умение логически обрабатывать материал; умение самостоятельно сравнивать, сопоставлять и обобщать материал; умение классифицировать материал по тем или иным признакам; умение высказывать свое отношение к описываемым явлениям и событиям; умение давать собственную оценку какой-либо работы и др.</p> <p>Примерный список тем домашнего творческого задания представлен в программе дисциплины. Студенту целесообразно выделить в рамках выбранной темы проблемную зону, постараться самостоятельно ее изучить и творчески подойти к результатам представления полученных результатов. При этом творческое домашнее задание по дисциплине 'Технологии рекламы и связей с общественностью в коммуникационной системе' должно содержать анализ ситуации по выбранной проблеме, анализ выбранной организации. Вычленив 'рациональное зерно' помогут статистические, справочные и специализированные источники информации (данные социологических исследований), интернет-источники, сайт компании. Разработать рекомендации.</p> <p>Оформить задание в виде презентации.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
письменное домашнее задание	<p>Письменное домашнее задание - одна из форм самостоятельной работы студентов, способствующая углублению знаний, выработке устойчивых навыков самостоятельной работы. В качестве главных признаков письменных домашних работ студентов выделяют: высокую степень самостоятельности; умение логически обрабатывать материал; умение самостоятельно сравнивать, сопоставлять и обобщать материал; умение классифицировать материал по тем или иным признакам; умение высказывать свое отношение к описываемым явлениям и событиям; умение давать собственную оценку какой-либо работы и др.</p> <p>Выделяют следующие виды домашних письменных заданий:</p> <p>I. Задания когнитивного типа</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Научная проблема - решить реальную проблему, которая существует в науке. 2. Структура - нахождение, определение принципов построения различных структур. 3. Опыт - проведение опыта, эксперимента. 4. Общее в разном - вычленение общего и отличного в разных системах. 5. Разно-научное познание - одновременная работа с разными способами исследования одного и того же объекта. <p>II. Задания креативного типа</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составление - составить словарь, кроссворд, игру, викторину и т.д. 2. Изготовление - изготовить поделку, модель, макет, газету, журнал, видеофильм <p>III. Задания организационно-деятельностного типа</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. План - разработать план домашней или творческой работы, составить индивидуальную программу занятий по дисциплине. 2. Выступление - составить показательное выступление, соревнование, концерт, викторину, кроссворд, занятие. <p>Примерный список тем домашнего письменного задания представлен в программе дисциплины. Студенту целесообразно выделить в рамках выбранной темы проблемную зону, постараться самостоятельно ее изучить и творчески подойти к результатам представления полученных результатов.</p> <p>Оформление письменного задания</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Титульный лист. 2. Форма задания. 3. Пояснительная записка. 4. Содержательная часть творческого домашнего задания. 5. Выводы. 6. Список использованной литературы. 7. Презентация <p>Титульный лист является первой страницей и заполняется по строго определенным правилам. В пояснительной записке дается обоснование представленного задания, отражаются принципы и условия построения, цели и задачи. Указывается объект рассмотрения, приводится характеристика источников для написания работы и краткий обзор имеющейся по данной теме литературы. Проводится оценка своевременности и значимости выбранной темы. Содержательная часть домашнего творческого задания должна точно соответствовать теме работы и полностью ее раскрывать. Материал должен представляться сжато, логично и аргументировано. Заключительная часть предполагает последовательное, логически стройное изложение обобщенных выводов по рассматриваемой теме. Список использованной литературы составляет одну из частей работы, отражающей самостоятельную творческую работу автора, позволяет судить о степени фундаментальности данной работы.</p>
письменная работа	<p>При подготовке к контрольной письменной работе и итоговому тестированию необходимо внимательно прочитать составленные ранее конспекты лекций, просмотреть порядок выполнения практических работ и основные полученные в ходе практических занятий выводы. Ответить на контрольные вопросы. Сверить список вопросов с имеющейся информацией. Недостающую информацию необходимо найти в учебниках (учебных пособиях) или в других источниках информации. Основные этапы подготовки: - составление краткого плана подготовки; - выделение основных положений, которые необходимо запомнить, повторить, выучить; - выборочная проверка своих знаний по каждой теме (разделу); - определение наиболее уязвимых мест в подготовке; - проработка конспектов по ним; - повторная выборочная проверка.</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 "Медиапланирование" 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 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 "Медиапланирование" 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 .