

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
 АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крячкова»
 (НГУАДИ)

РПД одобрена
 Ученым советом НГУАДИ

протокол № 17 от 28.02.2022

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по ОмМД

 И.В. Рязанцева

" 28 " февраля 2022 г.

Медиапланирование

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Коммуникационного дизайна**
 Учебный план 42.03.01_2023_РиО.plx
 Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 Профиль креативный продукт в сфере культуры и искусства

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72

в том числе:

аудиторные занятия 32

самостоятельная работа 40


Виды контроля в семестрах:

зачеты с оценкой 5


Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Неделя	15	5/6		
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

канд. искусствоведения, Зав. кафедрой КД, Нечаев М.Г. 

Рецензент(ы):

канд. архитектуры, доцент кафедры КД, Тихов В.Г. 

Рабочая программа дисциплины

Медиапланирование

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 28.02.2022 протокол № 17.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Коммуникационного дизайна

Протокол от 28.02.2022 г. № 07

Срок действия программы: 2023-2027 уч.г.

Зав. кафедрой  М.Г. Нечаев

Согласовано:

Декан факультета  **Е.Л. Соболева**

Заведующий НТБ  Н.А.Патрушева

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Целью освоения дисциплины является формирование компетенции обучающегося в области технологий медиапланирования, а также формирование у обучающихся базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов.
1.2	Задачи дисциплины:
1.3	Рассмотреть ключевые понятия теории и практики медиапланирования.
1.4	Раскрыть основные параметры, инструменты и техники медиаисследований и медиапланирования.
1.5	Рассмотреть этапы процесса планирования рекламных кампаний в СМИ;
1.6	Продемонстрировать особенности выбора рекламных носителей, а так же исследовательского инструментария, который используется в процессе медиапланирования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Дизайн и рекламные технологии
2.1.2	Медиатекст и основы копирайтинга
2.1.3	Современное и актуальное искусства
2.1.4	История графического дизайна
2.1.5	Фирменный стиль и основы дизайна
2.1.6	Визуальные коммуникации
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Маркетинг социальных медиа
2.2.2	Основы теории и методологии дизайна
2.2.3	Разработка рекламного продукта
2.2.4	Медиа-технологии в рекламе
2.2.5	Консалтинг в сфере бизнес-коммуникаций
2.2.6	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.7	Производственная практика. Преддипломная практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-1: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации рекламного продукта	
Знать:	
Уровень 1	теоретические основы и практические особенности медиапланирования
Уметь:	
Уровень 1	рассчитывать основные показатели медиапланирования, использовать полученные знания в проведении кампании
Владеть:	
Уровень 1	навыками подготовки и реализации медиаплана коммуникационной кампании

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	ПК-1.1.5 Специфику рекламных носителей в системе коммуникационного воздействия по потребителей в сфере креативных индустрий.
3.2	Уметь:
3.2.1	ПК-1.2.4 Применять методики разработки медиаплана в практической деятельности организации в сфере креативных индустрий.
3.3	Владеть:
3.3.1	ПК-1.3.4 Навыками исследования и определения рекламных носителей в эффективном медиапланировании в сфере креативных индустрий.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Медиапланирование: теория, стратегия и тактика					
1.1	Средства массовой информации. Классификация, специфика использования по различным видам товаров и услуг /Лек/	5	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	
1.2	Теория медиапланирования. Сущность медиапланирования, функции, цели и задачи. Этапы медиапланирования /Лек/	5	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	
1.3	Проанализировать этапы разработки медиаплана, провести исследование товара, компании, аудитории для выполнения этапов. /Пр/	5	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	
1.4	Стратегическое планирование. Выбор медиасредств. /Лек/	5	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	
1.5	Выполнить этап по разработке медиастратегии. /Пр/	5	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	
	Раздел 2. Медиаисследования					
2.1	История медиаисследований. Инструменты, технологии медиаисследований /Лек/	5	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	
2.2	Портрет целевой аудитории. Понятие и специфика определения целевой аудитории. /Лек/	5	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	
2.3	Проанализировать целевую аудиторию организации и кампании. Разработать портрет аудитории для медиаплана. /Пр/	5	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	
2.4	Практика медиаисследований. /Лек/	5	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	
2.5	Провести медиаисследование для медиаплана. /Пр/	5	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	
	Раздел 3. Практика медиапланирования: показатели, бюджетирование, оценка эффективности медиапланирования					
3.1	Стратегическое и тактическое медиапланирование. Планирование кампании во времени и с учетом особенностей продвигаемого товара или услуги /Лек/	5	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	
3.2	Разработка медиакампании во времени. Выполнить этап тактического медиапланирования /Пр/	5	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	
3.3	Показатели медиапланирования. Методики расчета. Работа с медиа агентствами. /Лек/	5	1	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	
3.4	Разработать техническое задание, бриф для медиа агентства. Рассчитать медиапоказатели медиаплана. /Пр/	5	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	
3.5	Бюджетирование рекламной кампании в СМИ. Документооборот в медиапланировании. /Лек/	5	1	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1	

3.6	Разработать бюджет медиаплана. Разработать медиаплан. /Пр/	5	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1
3.7	Самостоятельная работа по дисциплине. Подготовка к зачету с оценкой /Ср/	5	40	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.3 Л2.1 Э1

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Медиапланирование"

5.2. Темы письменных работ

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Медиапланирование"

5.3. Фонд оценочных средств

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Медиапланирование"

5.4. Перечень видов оценочных средств

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Медиапланирование"

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Чилингир, Е. Ю.	Медиаанализ и медиапланирование: учебное пособие	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020
Л1.2	Марочкина, С. С., Шуванов, И. Б.	Медиаарилейшнз и медиапланирование: учебное пособие	Сочи: Сочинский государственный университет, 2020
Л1.3	Головлева, Е. Л.	Массовые коммуникации и медиапланирование: учебное пособие	Москва: Академический проект, 2020

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Смирнов, А. В.	Медиапланирование: конспект лекций	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017
Л2.2	Назайкин А.	Медиаарилейшнз на 100%: Искусство взаимодействия с прессой	Москва: Альпина Паблишер, 2019
Л2.3	Бужин В. Н., Бузина Т. С.	Медиапланирование. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017
Л2.4	Амзин А.	Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016	Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1 ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Медиапланирование» - Режим доступа: <https://portal.nsuada.ru/course/>

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1 Windows 7 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1 Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

7.3.2.2 Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: <https://elibrary.ru/>

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Учебная аудитория, оснащенная комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием, персональными компьютерами (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ

7.2	Помещение для самостоятельной работы, оснащенная персональным компьютером (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ
-----	--

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Самостоятельная работа является видом учебной деятельности обучающегося, который осуществляется во внеаудиторное время. Целью самостоятельной работы является углубленное усвоение учебного материала, развитие способностей, творческой активности, проявление индивидуального интереса к изучению отдельных тем и вопросов дисциплины. В процессе самостоятельной работы у обучающегося могут возникнуть вопросы, уяснить которые необходимо, используя индивидуальные консультации с преподавателем, указанные в РПД источники литературы и другие материалы.

Образовательные технологии самостоятельной работы включают в себя:

- проработку рекомендуемой литературы по темам программы; доработку конспектов лекций, работу с учебно-методическими материалами по дисциплине;
- подготовку к занятиям семинарского типа – к семинарам, практическим занятиям, практикумам, лабораторным работам, и иным аналогичным занятиям, и (или) групповым консультациям, и (или) индивидуальную работу (в том числе индивидуальные консультации), к каждому занятию обучающийся готовится в соответствии с учебно-тематическим планом;
- предварительное ознакомление с темой занятий лекционного типа (лекцией и иными учебными занятиями, предусматривающими преимущественную передачу учебной информации), в соответствии с учебно-тематическим планом, позволяет лучше усвоить материал будущего занятия, разобраться в проблемных вопросах, активно работать на занятиях;
- проведение обучающимся самоконтроля усвоения тем дисциплины путем решения тестов, задач, заданий и упражнений, ответов на контрольные вопросы, содержащихся в оценочных и методических материалах по дисциплине.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ ИМЕНИ А.Д.КРЯЧКОВА»
(НГУАДИ)**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины

«Медиапланирование»

Учебный план: 42.03.01_2023_РиО.

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Креативный продукт в сфере культуры и искусства

1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Таблица 1

Код Компетений	Оценочные средства	Не сформирован 0-30 баллов (неудовлетворительно)	Пороговый уровень 31-50 балл (удовлетворительно)	Базовый уровень 51-81 балл (хорошо)	Продвинутый уровень 81-100 баллов (отлично)
ПК-1	Тест №1 Тест №2 Практические работы Вопросы к зачету	Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении

2. 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.

Текущий контроль успеваемости – Контрольная работа

Практические работы выполняются обучающимся в соответствии с рабочей программой дисциплины, требования и критерии выполнения работы озвучиваются преподавателем на занятии. Выполненные работы выкладываются обучающимся в ЭИСО НГУАДИ.

Пример контрольного задания.

Компания Garnier планирует рекламную кампанию солнцезащитных средств в НСО.

- 1 Бюджет не ограничен.
- 2 Определите основные характеристики целевой аудитории.
3. Определите предпочтительные медианосители.
4. Определите время и место размещения рекламных сообщений.

Представить в любом формате по усмотрению обучающегося (презентация, письменный отчет, устный ответ и пр.)

Промежуточная аттестация – Зачет с оценкой

Вопросы к зачету с оценкой

- 1 Понятие и предмет медиапланирования
- 2 Компоненты медиапланирования
- 3 Формирование стратегии медиапланирования
- 4 Этапы медиапланирования
- 5 Медиаплан и его составляющие
- 6 Портрет целевой аудитории
- 7 Маркетинговый инструментарий как технологическая основа медиапланирования
- 8 Влияние маркетинговых характеристик объекта на процесс медиапланирования
- 9 Массовая коммуникация. Каналы коммуникации
- 10 Понятие массовой информации
- 11 Характеристики и особенности рекламы в различных средствах массовой информации (в печатных и электронных СМИ)
- 12 Методы измерения аудиторий различных СМИ
- 13 Показатели, характеризующие аудиторию СМИ (PUT, HUT, PUR)
- 14 Индекс соответствия и рейтинг в маркетинге и медиапланировании
- 15 Охват рекламной кампании и частота воздействия
- 16 GRP и TRP как количественное выражение целей медиапланирования
- 17 Бюджетирование в медиапланировании. Стоимостные показатели различных СМИ (CPT, CPP)
- 18 Критерии отбора медиасредств.
- 19 Медиапоказатели кампании в сети Интернет
- 20 Теория и практика медиаисследований.
- 21 Закупка рекламного времени/площади. Критерии оценивания стоимости размещения в различных СМИ.
- 22 Медиамикс. Сущность, критерии составления.
- 23 Кампании в сети Интернет. Критерии оценки и выбора средств.
- 24 Медиа кампании. Классификация и особенности планирования по срокам и

масштабу.

25 Эффект и эффективность в медипланировании. Методики оценки.

26 Способы взаимодействия с подрядчиками при составлении медиаплана

27 Методы контрольных исследований эффективности медиаплана

28 Методы предварительного тестирования эффективности СМИ

29 Методы прогнозирования эффективности размещения рекламного сообщения

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

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

Самостоятельная работа является видом учебной деятельности обучающегося, который осуществляется во внеаудиторное время. Целью самостоятельной работы является углубленное усвоение учебного материала, развитие способностей, творческой активности, проявление индивидуального интереса к изучению отдельных тем и вопросов дисциплины. В процессе самостоятельной работы у обучающегося могут возникнуть вопросы, уяснить которые необходимо, используя индивидуальные консультации преподавателя. Образовательные технологии самостоятельной работы включают в себя: проработку рекомендуемой литературы по темам программы; доработку конспектов лекций, работу с учебно-методическими материалами по дисциплине; подготовку к занятиям семинарского типа – к семинарам, практическим занятиям, практикумам, лабораторным работам, и иным аналогичным занятиям, и (или) групповым консультациям, и (или) индивидуальную работу (в том числе индивидуальные консультации), к каждому занятию обучающийся готовится в соответствии с учебно-тематическим планом; предварительное ознакомление с темой занятий лекционного типа (лекцией и иными учебными занятиями, предусматривающими преимущественную передачу учебной информации), в соответствии с учебно-тематическим планом, позволяет лучше усвоить материал будущего занятия, разобраться в проблемных вопросах, активно работать на занятиях; проведение обучающимся самоконтроля усвоения тем дисциплины путем решения тестов, задач, заданий и упражнений, ответов на контрольные вопросы, содержащихся в оценочных и методических материалах по дисциплине;

Промежуточная аттестация – Зачет с оценкой

Зачет является заключительным этапом преподавания. Готовясь к нему, студент повторяет изученный материал, восполняет пробелы, приводит свои знания в систематизированный вид, получает более глубокое представление о содержании курса. Вследствие этого подготовка к зачету сама оказывается важной формой учебной работы.

Зачетное занятие проводится по расписанию. Форма проведения занятия – письменная контрольная работа. Вид контроля – фронтальный. Требование к содержанию контрольной работы – дать краткий ответ на поставленный вопрос (задание). Количество вопросов в зачетном задании – 3. Итоговая оценка определяется как сумма оценок, полученных в текущей аттестации и по результатам написания контрольной работы. Проверка ответов и объявление результатов производится в день написания контрольной работы. Результаты аттестации заносятся в зачетную ведомость и зачетную книжку студента.

Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику, должны ликвидировать

задолженность в установленном порядке. При первой попытке ликвидации задолженности, во время зачетной недели, студенту выдаются все задания по текущему контролю и промежуточной аттестации, по которым он не смог набрать зачетное количество баллов. При ликвидации задолженности после сессии студенту выдаются для выполнения все задания по текущему контролю и вопросы зачетного занятия промежуточной аттестации