

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета инженерных систем и
сооружений



/ Яременко С.А. /
И.О. Фамилия

21 февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

« Медиапланирование »

Направление подготовки 42.04.02 Журналистика

Профиль СМИ и интернет

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года

Форма обучения Очная

Год начала подготовки 2024г.

Автор программы


подпись

М.В. Новикова

Заведующий кафедрой
русского языка и
межкультурной коммуникации


подпись

С.А. Скуридина

Руководитель ОПОП


подпись

С.А. Скуридина

Воронеж 2024

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели дисциплины

Понимание концепции медиапланирования. Студенты должны получить глубокое понимание того, что такое медиапланирование, его цели, задачи и место в маркетинговой стратегии.

Развитие ключевых навыков медиапланирования. Студенты должны овладеть практическим инструментарием медиапланирования, включая: Анализ целевой аудитории: определение потребностей, ценностей, медиапотребления.

Выбор медиаканалов: анализ доступных медиаканалов (ТВ, радио, интернет, наружная реклама и т.д.) и выбор наиболее эффективных для достижения маркетинговых целей.

Разработка медиаплана: планирование бюджета, распределение рекламных бюджетов по медиаканалам, определение временных рамок, оценка эффективности.

Оценка результатов медиакампаний: анализ данных, полученных с помощью различных инструментов (аналитика сайта, Google Analytics, рекламные отчеты).

Обучение современным инструментам медиапланирования. Студенты должны быть знакомы с современными инструментами и технологиями, которые используются в медиапланировании, включая цифровые медиа: контекстная реклама, таргетированная реклама, ретаргетинг, баннерная реклама, социальные сети.

Программное обеспечение для медиапланирования: планировщики медиа, системы управления кампаниями, инструменты аналитики.

Развитие профессиональных компетенций. Студенты должны быть способны:

Анализировать медиаданные: интерпретировать информацию, полученную из различных источников, и делать выводы.

Работать в команде: эффективно взаимодействовать с другими специалистами в сфере маркетинга.

Принимать решения: оценивать риски и выбирать оптимальные стратегии медиапланирования.

Презентовать результаты: ясно и убедительно излагать свои идеи и аналитику.

1.2. Задачи освоения дисциплины

Изучение теоретических основ медиапланирования. Ознакомиться с различными концепциями, подходами и методами медиапланирования. Практическая работа с медиаданными. Анализ различных видов медиаданных, включая данные о целевой аудитории, рейтинги, стоимости

рекламы и т.д.
 Разработка медиапланов для различных кейсов. Применение теоретических знаний для решения практических задач медиапланирования.
 Использование инструментов медиапланирования. Овладение различными инструментами, которые используются для создания и анализа медиапланов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина (модуль) «Медиапланирование» относится к дисциплинам обязательной части/части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б.1 учебного плана.)

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Медиапланирование» направлен на формирование следующих компетенций:

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;

ПК-3 Способен принимать оперативные решения о временном перераспределении обязанностей отсутствующих сотрудников;

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
УК-2	знать инструменты управления проектами: планирование, оценка рисков, управление коммуникациями, управление качеством, управление изменениями. Типы проектов: разработка продуктов, внедрение систем, маркетинговые кампании, и т.д. Профессиональные стандарты и этические нормы: в области управления проектами.
	уметь инициализировать проект: определение целей, ресурсов, рисков. Планировать проект: создание графика, распределение ресурсов. Исполнять проект: контроль и управление задачами, отслеживание прогресса, управление рисками и изменениями. Завершать проект: оценка результатов, закрытие проекта. Управлять командой: мотивация, делегирование, управление конфликтами. Принимать решения: основываясь на анализе данных, оценке рисков и учете всех факторов. Адаптировать методы управления проектами: к различным типам проектов и условиям.
	владеть

	системным мышлением: понимание взаимосвязи между частями проекта. Стратегическим мышлением: учет долгосрочных целей и рисков. Критическим мышлением: анализ информации, оценка рисков, принятие обоснованных решений. Креативностью: поиск новых решений, преодоление препятствий. Коммуникативными навыками: ясное и эффективное объяснение идей, убеждение в своей позиции. Гибкостью: способность изменять планы в соответствии с изменяющимися условиями.
УК-3	знать Принципы командной работы: Синергия и взаимодополняемость в команде. Роли и функции в команде. Типы командных коммуникаций. Методы организации и управления командой: Планирование работы команды Контроль за выполнением задач. Методы выработки командной стратегии: Анализ ситуации и целей. Формулирование стратегических задач. Мониторинг и адаптация стратегии. уметь Формировать и мотивировать команду: Создавать благоприятный климат для работы. Стимулировать креативность и инициативу. Разрабатывать и внедрять командную стратегию: Собирать и анализировать информацию о ситуации. Проводить мозговые штурмы и генерировать идеи. Выбирать наиболее эффективные решения. Координировать действия членов команды. Руководить работой команды: Предоставлять четкие инструкции и обратную связь. Контролировать прогресс выполнения задач. Вносить коррективы в план действий. владеть Навыками эффективной коммуникации: Эффективно планировать свою работу и работу команды. Приоритизировать задачи. Управлять рисками и непредсказуемыми событиями. Навыками самоорганизации: Дисциплинировать себя и свою команду. Ответственно подходить к выполнению задач.
ПК-3	знать Организационную структуру. Функциональные обязанности сотрудников: понимать, какие задачи выполняет каждый сотрудник, чтобы правильно распределить обязанности в случае отсутствия. Проекты и задачи, чтобы не нарушить их выполнение. Политики и процедуры. уметь Анализировать ситуации: быстро оценить ситуацию, определить степень срочности и значимость задач. Принимать решения.

	Общаться: четко и ясно, объяснять сотрудникам их новые обязанности. Делегировать задачи, учитывая компетенции и навыки сотрудников. Мотивировать: сотрудников, которые берут на себя дополнительные обязанности.
	владеть Инструментами управления: владеть программами для планирования и учета задач.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины «Медиапланирование» составляет 4 зачетных единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		3
Аудиторные занятия (всего)	70	70
В том числе:		
Лекции	28	28
Практические занятия (ПЗ), в том числе в форме практической подготовки (<i>при наличии</i>) ¹	42	42
Самостоятельная работа	74	74
Контрольная работа (есть, нет)	3	3
Вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	3	3
Общая трудоемкость	час	4
	зач. ед.	144
		144

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Раздел 1. Введение в медиапланирование	Тема 1.1. Понятие медиапланирования. Определение медиапланирования. Цели и задачи медиапланирования. Роль медиапланирования в	8	10	20	38

		маркетинговых коммуникациях. Основные этапы медиапланирования. Тема 1.2. Медиасреда и ее виды. Классификация медиаканалов (ТВ, радио, пресса, интернет, наружная реклама и т.д.) Характеристики и преимущества/недостатки различных медиаканалов. Тренды в медиасфере. Влияние медиасреды на эффективность рекламных кампаний. Тема 1.3. Исследование медиапотребления. Методы исследования медиапотребления. Анализ медиапотребления целевой аудитории. Использование данных медиаисследований в медиапланировании. Тема 1.4. Медиапланирование в контексте маркетинговых коммуникаций. Интеграция медиапланирования с другими маркетинговыми инструментами. Роль медиапланирования в разработке маркетинговой стратегии. Взаимосвязь медиапланирования с креативной концепцией.				
2	Раздел 2. Этапы медиапланирования	Тема 2.1. Постановка целей и задач медиапланирования. Формулировка SMART-целей. Определение ключевых показателей эффективности (KPI). Связь целей медиапланирования с бизнес-целями.	8	10	20	38

		Тема 2.2. Анализ целевой аудитории. Создание профиля целевой аудитории. Изучение медиапотребления целевой аудитории. Сегментация аудитории. Выбор медиаканалов, соответствующих целевой аудитории. Тема 2.3. Разработка медиастратегии. Выбор медиаканалов. Определение медиаформатов. Планирование бюджета. Создание медиаплана. Тема 2.4. Оптимизация медиапланирования. Мониторинг медиакампании. Анализ эффективности медиакампании. Внесение коррективов в медиаплан.				
3	Раздел 3. Инструменты и методы медиапланирования	Тема 3.1. Медиапланирование в условиях digital. Особенности медиапланирования в онлайн-среде. Digital-инструменты медиапланирования. Медиапланирование в социальных сетях. Программатик-реклама. Тема 3.2. Медиапланирование в традиционных медиа. Особенности медиапланирования в ТВ, радио, прессе. Классические инструменты медиапланирования (GRP, Reach, Frequency). Создание медиапланов для традиционных медиа. Тема 3.3. Медиапланирование в наружной рекламе.	8	12	20	40

		Особенности медиапланирования в наружной рекламе. Виды наружной рекламы. Выбор площадок для наружной рекламы. Создание медиаплана для наружной рекламы. Тема 3.4. Анализ данных и оценка эффективности. Методы анализа данных. Инструменты для анализа данных. Оценка эффективности медиакампаний. Создание отчетов по результатам медиакампаний.				
4	Раздел 4. Тренды и перспективы медиапланирования	Тема 4.1. Влияние технологий на медиапланирование. Роль искусственного интеллекта (AI) в медиапланировании. Big Data и персонализация медиарекламы. Новые форматы медиарекламы. Тема 4.2. Этические аспекты медиапланирования. Прозрачность и ответственность в медиапланировании. Защита персональных данных. Социальная ответственность медиапланировщиков. Тема 4.3. Будущее медиапланирования. Прогнозы развития медиасреды. Новые вызовы и возможности для медиапланировщиков. Роль медиапланирования в построении долгосрочных маркетинговых стратегий.	4	10	14	28
Итого			28	42	74	144

5.2 Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом.

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Не предусмотрено учебным планом.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

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

7.1.1 Этап текущего контроля

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«не аттестован».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Не аттестован
УК-2	знать инструменты управления проектами: планирование, оценка рисков, управление коммуникациями, управление качеством, управление изменениями. Типы проектов: разработка продуктов, внедрение систем, маркетинговые кампании, и т.д. Профессиональные стандарты и этические нормы: в области управления проектами.	Активная работа на практических занятиях, отвечает на теоретические вопросы при защите курсового проекта	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	уметь инициализировать проект: определение целей, ресурсов, рисков. Планировать проект: создание графика,	Решение стандартных практических задач, написание курсового проекта	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

	распределение ресурсов. Исполнять проект: контроль и управление задачами, отслеживание прогресса, управление рисками и изменениями. Завершать проект: оценка результатов, закрытие проекта. Управлять командой: мотивация, делегирование, управление конфликтами. Принимать решения: основываясь на анализе данных, оценке рисков и учете всех факторов. Адаптировать методы управления проектами: к различным типам проектов и условиям.			
	владеть системным мышлением: понимание взаимосвязи между частями проекта. Стратегическим мышлением: учет долгосрочных целей и рисков. Критическим мышлением: анализ информации, оценка рисков, принятие обоснованных решений. Креативностью: поиск новых решений, преодоление препятствий. Коммуникативными навыками: ясное и эффективное объяснение идей,	Решение прикладных задач в конкретной предметной области, выполнение плана работ по разработке курсового проекта	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

	убеждение в своей позиции. Гибкостью: способность изменять планы в соответствии с изменяющимися условиями.			
УК-3	знать Принципы командной работы: Синергия и взаимодополняемость в команде. Роли и функции в команде. Типы командных коммуникаций. Методы организации и управления командой: Планирование работы команды Контроль за выполнением задач. Методы выработки командной стратегии: Анализ ситуации и целей. Формулирование стратегических задач. Мониторинг и адаптация стратегии.	Активная работа на практических занятиях, отвечает на теоретические вопросы при защите курсового проекта	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	уметь Формировать и мотивировать команду: Создавать благоприятный климат для работы. Стимулировать креативность и инициативу. Разрабатывать и внедрять командную стратегию: Собирать и анализировать информацию о ситуации. Проводить мозговые штурмы и генерировать идеи.	Решение стандартных практических задач, написание курсового проекта	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

	Выбирать наиболее эффективные решения. Координировать действия членов команды. Руководить работой команды: Предоставлять четкие инструкции и обратную связь. Контролировать прогресс выполнения задач. Вносить коррективы в план действий.			
	владеть Навыками эффективной коммуникации: Эффективно планировать свою работу и работу команды. Приоритизировать задачи. Управлять рисками и непредсказуемыми событиями. Навыками самоорганизации: Дисциплинировать себя и свою команду. Ответственно подходить к выполнению задач.	Решение прикладных задач в конкретной предметной области, выполнение плана работ по разработке курсового проекта	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
ПК-3	знать Организационную структуру. Функциональные обязанности сотрудников: понимать, какие задачи выполняет каждый сотрудник, чтобы правильно распределить обязанности в случае отсутствия. Проекты и задачи, чтобы не нарушить их выполнение.	Активная работа на практических занятиях, отвечает на теоретические вопросы при защите курсового проекта	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

	Политики и процедуры.			
	уметь Анализировать ситуации: быстро оценить ситуацию, определить степень срочности и значимость задач. Принимать решения. Общаться: четко и ясно, объяснять сотрудникам их новые обязанности. Делегировать задачи, учитывая компетенции и навыки сотрудников. Мотивировать: сотрудников, которые берут на себя дополнительные обязанности.	Решение стандартных практических задач, написание курсового проекта	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	владеть Инструментами управления: владеть программами для планирования и учета задач.	Решение прикладных задач в конкретной предметной области, выполнение плана работ по разработке курсового проекта	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в ____ семестре для очной формы обучения, в ____ семестре для очно-заочной (*при наличии*) формы обучения, в ____ семестре для заочной (*при наличии*) формы обучения по системе:

- «отлично»;
- «хорошо»;
- «удовлетворительно»;
- «неудовлетворительно»

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Отлично	Хорошо	Удовл	Неудовл
УК-2	знать инструменты управления проектами: планирование, оценка рисков, управление коммуникациями, управление качеством, управление изменениями. Типы проектов: разработка продуктов, внедрение систем, маркетинговые кампании, и т.д. Профессиональные стандарты и этические нормы: в области управления проектами.	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	уметь инициализировать проект: определение целей, ресурсов, рисков. Планировать проект: создание графика, распределение ресурсов. Исполнять проект: контроль и управление задачами, отслеживание прогресса, управление рисками и изменениями. Завершать проект: оценка результатов, закрытие проекта.	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов

	Управлять командой: мотивация, делегирование, управление конфликтами. Принимать решения: основываясь на анализе данных, оценке рисков и учете всех факторов. Адаптировать методы управления проектами: к различным типам проектов и условиям.					
	владеть системным мышлением: понимание взаимосвязи между частями проекта. Стратегическим мышлением: учет долгосрочных целей и рисков. Критическим мышлением: анализ информации, оценка рисков, принятие обоснованных решений. Креативностью: поиск новых решений, преодоление препятствий. Коммуникативными навыками: ясное и эффективное объяснение идей, убеждение в своей позиции.	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов

	Гибкостью: способность изменять планы в соответствии с изменяющимися условиями.					
УК-3	знать Принципы командной работы: Синергия и взаимодополняемость в команде. Роли и функции в команде. Типы командных коммуникаций. Методы организации и управления командой: Планирование работы команды Контроль за выполнением задач. Методы выработки командной стратегии: Анализ ситуации и целей. Формулирование стратегических задач. Мониторинг и адаптация стратегии.	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	уметь Формировать и мотивировать команду: Создавать благоприятный климат для работы. Стимулировать креативность и инициативу. Разрабатывать и внедрять	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов

	командную стратегию: Собирать и анализировать информацию о ситуации. Проводить мозговые штурмы и генерировать идеи. Выбирать наиболее эффективные решения. Координировать действия членов команды. Руководить работой команды: Предоставлять четкие инструкции и обратную связь. Контролировать прогресс выполнения задач. Вносить коррективы в план действий.					
	владеть Навыками эффективной коммуникации: Эффективно планировать свою работу и работу команды. Приоритизировать задачи. Управлять рисками и непредсказуемым и событиями. Навыками самоорганизации: Дисциплинировать себя и свою команду. Ответственно	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов

	подходить к выполнению задач.					
ПК-3	знать Организационную структуру. Функциональные обязанности сотрудников: понимать, какие задачи выполняет каждый сотрудник, чтобы правильно распределить обязанности в случае отсутствия. Проекты и задачи, чтобы не нарушить их выполнение. Политики и процедуры.	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	уметь Анализировать ситуации: быстро оценить ситуацию, определить степень срочности и значимость задач. Принимать решения. Общаться: четко и ясно, объяснять сотрудникам их новые обязанности. Делегировать задачи, учитывая компетенции и навыки сотрудников. Мотивировать: сотрудников, которые берут на себя дополнительные	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов

	обязанности.					
	владеть Инструментами управления: владеть программами для планирования и учета задач.	Тест	Выполнение теста на 90- 100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70- 80%	В тесте менее 70% правильных ответов

7.2 Примерный перечень оценочных средств (типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)

7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию

1. Что такое медиапланирование?
 - а) Разработка рекламных материалов.
 - б) Планирование бюджета на рекламу.
 - с) Разработка стратегии распространения рекламных материалов.**
 - д) Создание контента для рекламы.
2. Какой из следующих пунктов НЕ является целью медиапланирования?
 - а) Достижение максимальной охвата аудитории.
 - б) Минимизация расходов на рекламу.
 - с) Повышение узнаваемости бренда.
 - д) Улучшение качества продукта.**
3. Какая из следующих метрик используется для оценки эффективности медиапланирования?
 - а) Количество просмотров видеоролика.
 - б) Число подписчиков в социальных сетях.
 - с) Уровень удовлетворенности клиентов.
 - д) Все вышеперечисленное.**
4. Какой из следующих факторов НЕ влияет на медиапланирование?
 - а) Бюджет на рекламу.
 - б) Целевая аудитория.
 - с) Конкурентная среда.
 - д) Технологии производства.**
5. Какое из следующих утверждений о медиапланировании является верным?
 - а) Медиапланирование - это одноразовый процесс.

- b) Медиапланирование не требует глубокого анализа данных.
- c) Медиапланирование является ключевым элементом рекламной стратегии.**
- d) Медиапланирование не зависит от целей маркетинговой кампании.

6. Какой из следующих типов медиа является наиболее эффективным для достижения максимальной охвата аудитории?

- a) Телевидение.
- b) Радио.
- c) Печатная реклама.
- d) Интернет.**

7. Что такое медиа-микс?

- a) Совокупность всех рекламных каналов, используемых для достижения целей кампании.**
- b) Совокупность всех рекламных материалов, используемых для достижения целей кампании.
- c) Совокупность всех рекламных агентств, участвующих в кампании.
- d) Совокупность всех рекламных расходов.

8. Какая из следующих метрик используется для оценки эффективности интернет-рекламы?

- a) CTR (Click-Through Rate).
- b) CPM (Cost Per Mille).
- c) CPC (Cost Per Click).
- d) Все вышеперечисленное.**

9. Какая из следующих моделей медиапланирования является наиболее подходящей для продвижения нового продукта?

- a) Модель охвата.**
- b) Модель частоты.
- c) Модель воздействия.
- d) Модель эффективности.

10. Какое из следующих утверждений о медиапланировании является НЕверным?

- a) Медиапланирование должно быть гибким и подстраиваться под изменения в маркетинговой среде.
- b) Медиапланирование должно быть основано на четких и измеримых целях.
- c) Медиапланирование должно быть основано на личных предпочтениях медиа-планировщика.**
- d) Медиапланирование должно быть оптимизировано для достижения наилучших результатов.

7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

Задание 1. Определить целевую аудиторию для своего проекта:

Кто ваш идеальный клиент?

Где они проводят время онлайн и офлайн?

Каковы их демографические характеристики, интересы, ценности и потребности?

Задание 2. Сформулировать цели медиа-кампании:

Чего вы хотите достичь с помощью своей медиа-кампании?

Хотите ли вы повысить узнаваемость бренда, увеличить продажи, собрать лиды, стимулировать трафик на сайт или что-то еще?

Задание 3. Выбрать медиа-каналы:

Какие каналы наиболее эффективны для достижения вашей целевой аудитории?

Социальные сети, поисковая реклама, ТВ, радио, печатные издания, наружная реклама, email-маркетинг, мобильная реклама?

Какова стоимость размещения на разных каналах?

Задание 4. Определить бюджет:

Сколько вы можете потратить на свою медиа-кампанию?

Как распределить бюджет между различными медиа-каналами?

Задание 5. Разработать медиа-план:

Определение частоты и продолжительности показа рекламы.

Выбор форматов рекламных материалов.

Создание календаря размещения.

Задание 6. Провести мониторинг и анализ результатов:

Отслеживание ключевых метрик (например, количество показов, кликов, конверсий).

Анализ эффективности рекламных кампаний.

Внесение изменений в медиа-план, если необходимо.

Задание 7. Оптимизировать медиа-стратегии:

Анализ данных о поведении аудитории.

Изменение рекламных материалов, чтобы сделать их более эффективными.
Экспериментирование с различными форматами рекламы.

Задание 8. Измерить ROI (возврата инвестиций):

Определение, насколько эффективно медиа-план достигает поставленных целей.

Оценка, окупились ли инвестиции в медиа-кампанию.

Задание 9. Создать отчет:

Предоставление информации о результатах медиа-кампании.

Представление данных о затратах, охвате, конверсиях и ROI.

Задание 10. Управлять медиа-бюджетом:

Отслеживание расходов.

Выявление возможностей для оптимизации бюджета.

Обеспечение того, чтобы средства были потрачены эффективно.

7.2.3 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

Задание 1.

Разработать медиаплан для увеличения узнаваемости бренда в регионах.

Задание 2.

Сформировать медиастратегию для продвижения бренда одежды в ВК.

Задание 3.

Проанализировать эффективность рекламной кампании в ВК

Задание 4.

Разработать медиаплан для запуска нового продукта на рынке молочных продуктов.

Задание 5.

Определить оптимальные каналы коммуникации для продвижения приложения по доставке еды.

Задание 6.

Определить целевую аудиторию для онлайн –издания «Культура ВРН»:
-Демографические характеристики (возраст, пол, образование, доход, семейное положение)

-Психологические характеристики (интересы, ценности, образ жизни, стиль потребления)

-Поведенческие характеристики (потребности, привычки, частота использования, каналы коммуникации).

Задание 7.

Создать портрет целевой аудитории для онлайн –издания «Культура ВРН»: определить ключевые характеристики, определяющих поведение аудитории в контексте медиапотребления.

Задание 8.

Проанализировать медиапотребление целевой аудитории для онлайн –издания «Культура ВРН»: выявить наиболее популярные медиаканалы, время и продолжительность использования, предпочитаемого контента

Задание 9.

Разработка медиаплана для какой-либо организации: определение бюджета, сроков, форматов рекламы, медианосителей, географии распространения.

Задание 10.

Разработать календарный план для медиакомпаний.

7.2.4 Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

- Определение медиапланирования. Цели и задачи медиапланирования.
- Этапы медиапланирования. Разработка медиаплана.
- Основные принципы медиапланирования. Принципы выбора медиаканалов.
- Классификация медиаканалов. Преимущества и недостатки различных медиаканалов.
- Понятие целевой аудитории. Методы сегментирования целевой аудитории.
- Инструменты медиапланирования. Основные показатели эффективности медиакампаний.
- Прогнозирование медиаконтактов. Оценка эффективности медиаплана.
- Медиапланирование в интернет-среде. Особенности медиапланирования в социальных сетях.
- Анализ медиарынка. Исследование медиапотребления целевой аудитории.
- Выбор медиаканалов и медианосителей. Определение медиабюджета.
- Составление медиаплана. Разработка медиастратегии.
- Постановка задач медиакампании. Измерение эффективности медиакампаний.
- Примеры успешных медиакампаний. Примеры неудачных медиакампаний.
- Влияние цифровых технологий на медиапланирование. Развитие мобильной рекламы.
- Изменения в медиапотреблении. Роль социальных сетей в медиапланировании.
- Проблемы измерения эффективности медиакампаний. Прозрачность медиапланирования.

-Этические аспекты медиапланирования. Ответственность медиапланирования.

7.2.5 Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену

Не предусмотрено учебным планом.

7.2.6 Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Раздел 1. Введение в медиапланирование	УК-2, УК-3, ПК-3	Тест, решение стандартных практических задач, решение прикладных задач
2	Раздел 2. Этапы медиапланирования	УК-2, УК-3, ПК-3	Тест, решение стандартных практических задач, решение прикладных задач
3	Раздел 3. Инструменты и методы медиапланирования	УК-2, УК-3, ПК-3	Тест, решение стандартных практических задач, решение прикладных задач
4	Раздел 4. Тренды и перспективы медиапланирования	УК-2, УК-3, ПК-3	Тест, решение стандартных практических задач, решение прикладных задач

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тестирование осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных тест-заданий на бумажном носителе. Время тестирования 30 мин. Затем осуществляется проверка теста экзаменатором и выставляется оценка согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение стандартных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение прикладных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Защита курсового проекта осуществляется согласно требованиям, предъявляемым к работе, описанным в методических материалах. Примерное время защиты на одного студента составляет 20 мин.

8 УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Марочкина С.С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. — Москва: ФЛИНТА, 2021. — 47 с. — ISBN 978-5-9765-4765-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/182994>

2. Медиарилейшнз и медиапланирование: учебное пособие / составители С. С. Марочкина [и др.]. — Сочи: СГУ, 2020. — 46 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/172128>

3. Чилингир Е.Ю. Медиаанализ и медиапланирование : учебно-методическое пособие / Е. Ю. Чилингир. — Сочи: РосНОУ, 2019. — 129 с. — ISBN 978-5-89789-136-8. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/>

4. Бузин В.А., Бузина Т.К. Медиапланирование. Теория и практика. — Москва: Юнити-Дана, 2017. — 495с. Дополнительная литература:

Дополнительная литература:

1. Николаева М.А. Практикум по медиапланированию: учебное пособие / М. А. Николаева. — Екатеринбург: УрГПУ, 2017. — 89 с. — ISBN 978-5-7186-0874-8. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/159012>

2. Романов А.А. Медиапланирование: учебное пособие / А. А. Романов, Г. А. Васильев, Р. В. Каптюхин. — Москва: ЕАОИ, 2010. — 240 с. — ISBN 978-5-374-00391-8. Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. URL: <https://e.lanbook.com/book/126392>

3. Чумиков А.Н. Медиарилейшнз [текст/электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов. - Электронные текстовые данные. М.: Аспект Пресс, 2014. 184 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3557>

8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов

информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»: 1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров - Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru> - ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru> - ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru - ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы - электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/> - поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/> - поисковая система Google <https://www.google.ru/> - реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

- Проектор
- Ноутбук

10 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

По дисциплине «Медиапланирование» читаются лекции, проводятся практические занятия.

Основой изучения дисциплины являются лекции, на которых излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не нашедшие отражения в учебной литературе.

Практические занятия направлены на приобретение практических навыков.

Большое значение по закреплению и совершенствованию знаний имеет самостоятельная работа студентов. Информацию о всех видах самостоятельной работы студенты получают на занятиях.

. Освоение дисциплины оценивается на зачете.

Вид учебных занятий	Деятельность студента (особенности деятельности студента инвалида и лица с ОВЗ, при наличии таких обучающихся)
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.

Практические занятия	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение задач по алгоритму.
Подготовка к дифференцированному зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и решение задач на практических занятиях

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Перечень вносимых изменений	Дата внесения изменений	Подпись заведующего кафедрой, ответственной за реализацию ОПОП
----------	-----------------------------	-------------------------------	--