

КГЭУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования

«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Директор института Цифровых технологий и
экономики

 Торкунова Ю.В.

«26» октября 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Математическое моделирование рекламной кампании

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация

бакалавр


г. Казань, 2020

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

Программу разработал(и):

ст. преподаватель, канд.полит.н.  Чурашова Е. А.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Философия и медиакоммуникации», протокол № 14 от 21.10.2020.


Зав. кафедрой  Миннуллина Э.Б.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры Философия и медиакоммуникации, протокол № 14 от 21.10.2020

Зав. кафедрой  Миннуллина Э.Б.

Программа одобрена на заседании методического совета института Цифровых технологий и экономики, протокол № 2 от 26.10.2020

Зам. директора института Цифровых технологий и экономики

 / Косулин Р.Р. /

Программа принята решением Ученого совета института Цифровых технологий и экономики

протокол № 2 от 26.10.2020

1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Математическое моделирование рекламных кампаний» является сформировать у студентов навыки и умения в области математического планирования рекламной и PR-активностей.

Задачи дисциплины:

- формирование у обучающегося системных знаний о подходах медиапланирования рекламных кампаний;
- изучение методов медиаисследования;
- обеспечение роста квалификации;
- снижение степени риска и неопределенность в деятельности маркетинга;
- способствование в формировании навыков по увеличению, поддержанию и стабилизации спроса.

Компетенции, формируемые у обучающихся, запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)
Универсальные компетенции (УК)		
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.3 Владеет методиками разработки и реализации проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах	<i>Знать:</i> Модели рекламного давления в медиапланировании (31). Законодательно-правовые нормы рекламной деятельности, а также влияние окружения и ресурсов на выбор методики разработки и реализации проекта (32) <i>Уметь:</i> Составлять медиаплан и оценивать его эффективность (У1). Оценивать ресурсы и рыночное окружение при моделировании рекламных кампаний (У2) <i>Владеть:</i> Методом разработки медиабрифа рекламной кампании (В1)
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.4 Использует математические методы для анализа социальных явлений в профессиональной деятельности	<i>Знать:</i> Основные методы в медиапланировании (31) Основные принципы замера аудитории медианосителей (32) <i>Уметь:</i> Проводить исследование рыночного окружения и медиаисследования (У1) Определять основные показатели медиапланирования (У2) <i>Владеть:</i> Методикой определения индекса благосклонности СМИ (В1)

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Математическое моделирование рекламной кампании относится к обязательной части учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.	Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.
УК-1	Основы статистики Основы экономики	
УК-1		ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
УК-2		ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
УК-2	Менеджмент Учебная практика	
УК-3	Менеджмент Теория и практика рекламы и связей с общественностью	
УК-3		ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
УК-4	Учебная практика (технологическая)	
УК-4		ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
УК-5		ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
УК-6		ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
УК-7		ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
УК-8		ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

ОПК-1		ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ	ИТОГОВАЯ
ОПК-1	Учебная практика (технологическая) Теория и практика рекламы и связей с общественностью		
ОПК-2	Основы статистики Теория и практика рекламы и связей с общественностью Высшая математика		
ОПК-2		ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ	ИТОГОВАЯ
ОПК-3	Теория и практика рекламы и связей с общественностью		
ОПК-3		ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ	ИТОГОВАЯ
ОПК-4	Учебная практика (технологическая)		
ОПК-4		ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ	ИТОГОВАЯ
ОПК-5	Учебная практика (технологическая)		
ОПК-5		ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ	ИТОГОВАЯ
ОПК-6		ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ	ИТОГОВАЯ
ОПК-6	Информационно-коммуникационные технологии Учебная практика (технологическая) Современные мультимедийные технологии Информатика Основы экономики		
ОПК-7		ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ	ИТОГОВАЯ
ОПК-7	Теория и практика рекламы и связей с общественностью		
ПК-1		PR-отдел коммерческой организации Аудио-визуальные технологии в рекламе и PR Интернет-журналистика Медиакоммуникации в коммерческой сфере Проектирование коммуникационных кампаний коммерческих организаций Технологии производства рекламного продукта ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ	ИТОГОВАЯ
ПК-3		Интернет-журналистика ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ	ИТОГОВАЯ

ПК-2	Медиакоммуникации в коммерческой сфере Проектирование коммуникационных кампаний коммерческих организаций Технологии производства рекламного продукта ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
------	--

Для освоения дисциплины обучающийся должен:

Для освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы экономической деятельности; основы менеджмента.

Уметь: применять социологические и маркетинговые методы исследования, а также методы статистического анализа

Владеть: способностью осуществлять тактические профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью.

3. Структура и содержание дисциплины

Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных(ые) единиц(ы) (ЗЕ), всего 216 часов, из которых 90 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (занятия лекционного типа 32 час., занятия семинарского типа (практические, семинарские занятия, лабораторные работы и т.п.) 48 час., групповые и индивидуальные консультации 4 час., прием экзамена (КПА), зачета с оценкой - 1 час., самостоятельная работа обучающегося 56 час. Практическая подготовка по виду профессиональной деятельности составляет 20 часов.

		Семестр	
		5	6
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	216	108	108
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ (ЗЕ)	6	3	3
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, В том числе:	90	45	45
Лекционные занятия (Лек)	32	16	16
Практические занятия (Пр)	48	24	24
Контроль самостоятельной работы и иная контактная работа (КСР)*	4	2	2
Консультации (Конс)	4	2	2
Контактные часы во время аттестации (КПА)	2	1	1
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС)	56	28	28
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: (экзамен)	70	35	35
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	Эк	Эк	Эк

Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

		Распределение трудоемкости (в часах) по видам учебной работы, включая СРС													
		Занятия лекционного типа	Занятия практического / семинарского типа	Лабораторные работы	Групповые консультации	Самостоятельная работа студента, в т.ч.	Контроль самостоятельной работы (КСР)	<i>подготовка к промежуточной аттестации</i>	Сдача зачета / экзамена						
Раздел 1. Методологические основы математического моделирования рекламных кампаний															
1. Понятие математического моделирования рекламных кампаний и медиапланирования	5	4	6			7				17	ОПК-2.4 – 31	Л1.1, Л1.2, Л2.1 Л.2.2	К	Эк	10
2. Место математического моделирования рекламных кампаний и медиапланирования в общей системе маркетинговых коммуникаций	5	4	6			7				17	ОПК- 2.4-31 УК-2.3- 32	Л1.1, Л1.2, Л2.1 Л.2.2,	К	Эк	10
Раздел 2. Исследование рыночного окружения и медиаисследования в математическом моделировании и медиапланировании															

3. Исследование рыночного окружения в математическом моделировании рекламных кампаний	5	4	4			7			15	УК-2.3 – У2 ОПК-2.4-У1	Л1.1, Л1.2, Л2.1 Л.2.2	ПЗ	Эк	20	
4. Медиаисследования	5	4	8			7	2		24	УК-2.3 –У2 ОПК-2.4 –32 ОПК-2.4 – У1 ОПК-2.4 В1	Л1.1, Л1.2, Л2.1 Л.2.2	ПЗ	Эк	20	
Экзамен	5				2			35	1	УК-2.3—32 УК.2.3 – У2 ОПК-2.4 – 31 ОПК-2.4 – У1 ОПК-2.4 – В1	Л1.1, Л1.2, Л2.1 Л.2.2	Бил.кЭк.	Эк	40	
ВСЕГО	6	16	24		2	28	2	35	1	108				100	
Раздел 3. Методы вычисления параметров коммуникативной эффективности рекламы															
5. Основные показатели и категории медиапланирования	6	8	10			10				28	ОПК-2.4 – У2	Л1.1, Л1.2, Л2.1 Л.2.2	ПЗ	Эк	20

6. Модели теории математического рекламного медиапланирования	6	4	6			7				17	УК-2.3-31, ОПК-2.4 (У2)	Л1.1, Л1.2, Л2.1 Л.2.2	ПЗ	Эк	20
Раздел 4. Стратегический и тактический этапы медиапланирования															
7. Стратегический этап планирования рекламных кампаний	6	2	4			5				11	УК-2.3 – 31 УК-2.3 – В1	Л1.1, Л1.2, Л2.1 Л.2.2	К	Эк	10
8. Тактическая часть медиапланирования	6	2	4		2	6	2			17	УК.2.3-У1	Л1.1, Л1.2, Л2.1 Л.2.2	ПЗ	Эк	20
Экзамен	6							35	1		УК-2.3-31 УК-2.3 – У1 УК-2.3-В1 ОПК-2.4- У2	Л1.1, Л1.2, Л2.1 Л.2.2	Бил.к Эк.	Эк	40

ВСЕГО	6	16	24		2	28	2	35	1	108					100
ИТОГО		32	48			56	4	70	2	216					200

Тематический план лекционных занятий

Номер раздела дисциплины	Темы лекционных занятий	Трудоемкость, час.
1	История развития медиапланирования	2
1	Принципы математического моделирования рекламной кампании	2
2	Понятие медиапланирования в общей концепции продвижения и маркетинга	2
2	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	2
3	Сегментация и анализ рынка	2
3	Анализ конкурентов на рекламном рынке	2
4	Медиаисследования в медиапланировании. Виды медиаисследований	2
4	Особенности замера аудитории медианосителей	2
5	Особенности замера аудитории медианосителей	2
5	Основные показатели медианосителя и медиаплана	2
6	Показатели финансовой эффективности рекламной кампании	2
6	Показатели планирования на различных медианосителях	2

7	Модели расчета эффективного охвата	2
7	Вычисление рисков неэффективного размещения рекламы	2
8	Постановка целей и задач в медиапланировании	2
8	Медиаплан: понятие, структура	2
Всего		32

Тематический план практических занятий

Номер раздела дисциплины	Темы практических занятий	Трудоемкость, час.
1	Количественные методы в медиапланировании	2
1	Научный метод в рекламе	4
2	Влияние составляющих комплекса маркетинга на процесс медиапланирования	4
2	Медиапланирование как один из этапов рекламной деятельности	2
3	Анализ потребителя в медиапланировании	2
3	Изучение конкурентного окружения	2
4	Проведение опросных медиаисследований	4
4	Анализ аудитории основных федеральных и региональных СМИ	4
5	Расчет основных показателей медиапланирования. Расчет стоимости рекламной кампании	10
6	Охват и спектр охвата	6
7	Медиабриф рекламной кампании	4
8	Выбор конкретных видов рекламных носителей	4
Всего		48

Тематический план лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом

Самостоятельная работа студента

Номер раздела дисциплины	Вид СРС	Содержание СРС	Трудоемкость, час.
1	Изучение законодательного регулирования в сфере	Изучение закона о рекламе. Контрольная работа	7
2	Изучение медиапланирования как технологии оптимального размещения рекламы	Экономико-математическая теория медиапланирования. Методика измерений параметров теории. Инструмент практического медиапланирования. Понятие оптимизации медиаплана. Опрос	7

3	Изучение основных моделей поведения потребителей	Изучение психотипов потребителей. Определение зависимости модели рекламной кампании от целевой аудитории. Подготовка к практической работе. Практическое задание	7
4	Изучение способов замера аудитории телевидения, радио, печатных СМИ, Интернета	Выполнение заданий, связанных с проведением медиаисследованием и обработки результатов. Практическое задание	7
5	Вычисление показателей охвата и частоты.	Понятие эффективного охвата и частоты. Выбор стратегии баланса и соотношении охвата и частота. Основные концепции.	10
6	Изучение модели мультимедийного охвата	Зависимость рисков неэффективного размещения рекламы от числа контактов TRP	7
7	Выбор медиастратегии. Распределение рекламного давления	Разработка медиастратегии для своей рекламной кампании.	5
8	Изучение эффекта синергии в математическом моделировании рекламной кампании	Совмещение разных видов рекламных носителей. Изучение методов контроля хода реализации рекламной кампании. Создание медиаплана	6
Всего			56

4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «Математическое моделирование рекламных кампаний» применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

При проведении учебных занятий используются традиционные образовательные технологии - лекции в сочетании с практическими занятиями, самостоятельное изучение определённых разделов и современные образовательные технологии, направленные на обеспечение развития у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств: работа в команде, групповые дискуссии, анализ ситуаций и имитационных моделей.

5. Оценивание результатов обучения

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, проводимого по балльно-рейтинговой системе (БРС), и промежуточной аттестации.

Обобщенные критерии и шкала оценивания уровня сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции) по итогам освоения дисциплины:

	Обобщенные критерии и шкала оценивания результатов обучения			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	не зачтено	зачтено		
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок
Наличие умений	При решении стандартных задач продемонстрированы основные умения, имеют место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме
Наличие навыков (владение опытом)	При решении стандартных задач продемонстрированы базовые умения	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов

	навыки, имеют место грубые ошибки	некоторыми недочетами		
Характеристика сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач
Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения)	Низкий	Ниже среднего	Средний	Высокий

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

		Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)			
		Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
		Шкала оценивания			
		отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
		зачтено			не зачтено
	Знать				
	Модели рекламного давления в медиапланировании	Свободно и в полном объеме описывает все модели рекламного давления в медиапланировании	Достаточно полно знает модели рекламного давления в медиапланировании, допускает незначительные ошибки	Плохо описывает модели рекламного давления в медиапланировании, допускает много ошибок	Не знает моделей рекламного давления в медиапланировании

		Закондательнo-правовые нормы рекламной деятельности, а также влияние окружения и ресурсов на выбор методики разработки и реализации проекта	Свободно и в полном объеме описывает все законодательнo-правовые нормы рекламной деятельности, а также знает влияние окружения и ресурсов на выбор методики разработки и реализации проекта	Достаточно полно знает законодательнo-правовые нормы рекламной деятельности, а также влияние окружения и ресурсов на выбор методики разработки и реализации проекта, но допускает незначительны е ошибки	Плохо описывает законодательнo-правовые нормы рекламной деятельности, а также влияние окружения и ресурсов, допускает много ошибок	Не знает законодательнo-правовых норм и влияния окружения и ресурсов на выбор методики разработки и реализации проекта
	Уметь					
		Составлять медиаплан и оценивать его эффективность.	Умеет разрабатывать медиапланы и определять его эффективность без ошибок	Умеет применять методы и средства математическо го планирования, разрабатывать медиапланы и определять его эффективность, допускает незначительны е ошибки	Слабо ориентируется в принципах медиапланиров ания и оценках эффективности медиаплана	Не умеет составлять медиапланы и оценивать их эффективность
		Оценивать ресурсы и рыночное окружение при моделировании рекламных кампаний	Умеет оценивать ресурсы и рыночное окружение при моделировани и рекламных кампаний без ошибок	Умеет Оценивать ресурсы и рыночное окружение при моделировани и рекламных кампаний, допускает незначительны е ошибки	Слабо ориентируется в принципах оценки ресурсов и рыночного окружение при моделировани и рекламных кампаний	Не умеет оценивать ресурсы и рыночное окружение при моделировани и рекламных кампаний
	Владеть					

		Методом разработки медиабрифа рекламной кампании	Свободно владеет методом разработки медиабрифа рекламной кампании	Владеет методом разработки медиабрифа рекламной кампании, допускает незначительные ошибки	Слабо владеет методом разработки медиабрифа рекламной кампании, допускает грубые ошибки	Не владеет методом разработки медиабрифа рекламной кампании
		Знать				
		Основные методы в медиапланировании	В полном объеме и без ошибок описывает методы в медиапланировании	Хорошо описывает методы в медиапланировании, допускает незначительные ошибки	Плохо описывает методы в медиапланировании, допускает грубые ошибки	Не знает методов в медиапланировании
		Основные принципы замера аудитории медианосителей	В полном объеме и без ошибок передает основные принципы замера аудитории медианосителей	Хорошо знает основные принципы замера аудитории медианосителей, допускает незначительные ошибки	Плохо знает основные принципы замера аудитории медианосителей, допускает грубые ошибки	Не знает основных принципов замера аудитории медианосителей
		Уметь				
		Проводить исследование рыночного окружения и медиаисследования	Свободно умеет проводить исследование рыночного окружения и медиаисследования без ошибок и недочетов	Умеет проводить исследование рыночного окружения и медиаисследования, допускает недочеты и незначительные ошибки	С большим количеством ошибок умеет проводить исследование рыночного окружения и медиаисследования	Не умеет проводить исследование рыночного окружения и медиаисследования

						медиаис следован ия
		Определять основные показатели медиапланирования	Свободно умеет определять показатели медиапланирования, без ошибок	Хорошо умеет определять показатели медиапланирования, допускает незначительные ошибки	Слабо умеет определять показатели медиапланирования, допускает грубые ошибки	Не умеет определять показатели медиапланирования,
		Владеть:				
		Методикой определения индекса благосклонности СМИ	Свободно и без ошибок владеет методикой определения индекса благосклонности СМИ	Хорошо владеет методикой определения индекса благосклонности СМИ допускает незначительные ошибки	Слабо владеет методикой определения индекса благосклонности и СМИ допускает значительные ошибки	Не владеет методикой определения индекса благосклонности СМИ

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины. Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебно-методическое обеспечение

Основная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие,	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в
1	Романов А.А., Васильев Г.А., Каптюхин Р.В.	Медиапланирование. Учебное пособие	учебное пособие	М.: Евразийский открытый институт	2010	http://www.iprbookshop.ru/10716.html	

2	Ромат Е., Сендеров Д.	Реклама	учебник	СПб.: Питер	2016	https://ibooks.ru/reading.php?productid=	
---	-----------------------	---------	---------	-------------	------	---	--

Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в библиотеках
1	Климин А. И.	Медиа планирование своими силами (+CD)	практикум	СПб.: Питер	2008	-	5
2	Мельникова Н.А.	Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний	Учебное пособие	М: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/90235.html	

Информационное обеспечение

Электронные и интернет-ресурсы

№ п/п	Наименование электронных и интернет-ресурсов	Ссылка
1	Портал о медиабизнесе для профессионалов	https://me
2	Мониторинг новостей в социальных сетях	https://me
3	Атлас СМИ	http://ww
4	Медиаисследования, мониторинг рекламы и СМИ	www.med
5	Шматов Г.А. Оценка охвата аудитории и рисков размещения рекламы в теории медиапланирования	http://elibrary.ru/ite
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	http://consultant.ru
7	Медиапотребление	https://www2.deloitt

6.2.2. Профессиональные базы данных

№ п/п	Наименование профессиональных баз данных	Адрес	Режим доступа
1	Официальный сайт президента России	http://kremlin.ru/	http://kremlin.ru/
2	Официальный сайт Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации	http://duma.gov.ru/	http://duma.gov.ru/

3	Официальный сайт Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации	http://council.gov.ru/	http://council.gov.ru/
4	Фонд «Общественное мнение»	https://fom.ru/	https://fom.ru/
5	Всероссийский центр изучения общественного мнения	https://www.wciom.ru/	https://www.wciom.ru/
6	Исторический портал «ИСТОРИЯ.РФ»	https://histrf.ru/	https://histrf.ru/
7	Библиотека ГУМЕР	https://www.gumer.info/	https://www.gumer.info/
8	Институт Философии Российской Академии наук	https://iphras.ru/	https://iphras.ru/

Информационно-справочные системы

№ п/п	Наименование информационно-справочных систем	Адрес	Режим доступа
1	«Консультант плюс»	http://www.consultant.ru/	http://www.consultant.ru/
2	Официальный интернет-портал правовой информации	http://pravo.gov.ru	http://pravo.gov.ru
3	Справочно-правовая система по законодательству РФ	http://garant.ru	http://garant.ru

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Описание	Реквизиты подтверждающих
1	Windows 7 Профессиональная (Starter)	Пользовательская операционная система	№2011.25486 от 28.11.2011
2	Windows 7 Профессиональная (Pro)	Пользовательская операционная система	№2011.25486 от 28.11.2011
3	Браузер Chrome	Система поиска информации в сети интернет (включая русскоязычный интернет).	https://www.google.com/intl/ru/chrome/
4	OpenOffice	Пакет офисных приложений. Одним из первых стал поддерживать новый открытый формат OpenDocument. Официально поддерживается на платформах Linux	https://www.openoffice.org/ru/download/index.html
5	Adobe Acrobat	Пакет программ	https://get.adobe.com/ru/reader/
6	Adobe Flash Player	Это облегченный подключаемый модуль для браузера и среды выполнения расширенных веб-приложений (RIA)	https://get.adobe.com/ru/flashplayer/

7	LMS Moodle	Современное программное обеспечение	https://download.moodle.org/releases/latest/
---	------------	-------------------------------------	---

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Вид учебной работы	Наименование специальных помещений и помещений для СРС	Оснащенность специальных помещений и помещений для СРС
1	Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	<p>Оснащение: 20 посадочных мест, доска аудитор-ная, ноутбук переносной</p> <p>Программное обеспечение:</p> <p>1.Операционная си-стема Windows 7 Профессиональная (сертифи-циро-ванная ФСТЭК): договор ПО ЛИЦ № 0000/24, лицензиар – ЗАО «ТаксНет Сервис», тип (вид) лицен зии – неискл. право, срок дей-ствия лицензии бессрочно. 2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 3. Браузер Chrome. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p>
2	Практические занятия	Учебная аудитория для проведения семинарских занятий	<p>Оснащение: компьютер в комплекте с монитором (4 шт.), проектор, экран, доска</p> <p>Программное обеспечение:</p> <p>1.Операционная си-стема Windows 7 Профессиональная (сертифи-циро-ванная ФСТЭК): договор ПО ЛИЦ № 0000/24, лицензиар – ЗАО «ТаксНет Сервис», тип (вид) лицен зии – неискл. право, срок дей-ствия лицензии бессрочно. 2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 3. Браузер Chrome. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p>
3	Самостоятельная работа обучающегося	Помещение для самостоятельной работы	<p>Оснащение: моноблок (30 шт.), проектор, экран</p> <p>Программное обеспечение: Windows 10: дого-вор № Tr096148 от 29.09.2020, лицензиар -</p>

			<p>ООО "Софтлайн трейд", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - до 14.09.2021. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии – бессрочно; Браузер Chrome, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – не-искл.право, срок действия лицензии – бессрочно; LMS Moodle, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл.право, срок действия лицен-зии - бессрочно.</p>
--	--	--	---

8. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Лица с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалиды имеют возможность беспрепятственно перемещаться из одного учебно-лабораторного корпуса в другой, подняться на все этажи учебно-лабораторных корпусов, заниматься в учебных и иных помещениях с учетом особенностей психофизического развития и состояния здоровья.

Для обучения лиц с ОВЗ и инвалидов, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, обеспечены условия беспрепятственного доступа во все учебные помещения. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ОВЗ и инвалидов, размещена на сайте университета www/kgeu.ru. Имеется возможность оказания технической помощи ассистентом, а также услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушенным слухом справочного, учебного материала по дисциплине обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы оповещения о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагогический работник смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой по выбранному направлению подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;
- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и ясно комментируются;
- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;
- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов определяется педагогическим работником в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ, инвалиду с учетом их индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию

устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

9. Методические рекомендации для преподавателей по организации воспитательной работы с обучающимися

Методическое обеспечение процесса воспитания обучающихся выступает одним из определяющих факторов высокого качества образования. Преподаватель вуза, демонстрируя высокий профессионализм, эрудицию, четкую гражданскую позицию, самодисциплину, творческий подход в решении профессиональных задач, в ходе образовательного процесса способствует формированию гармоничной личности.

При реализации дисциплины преподаватель может использовать следующие методы воспитательной работы:

- методы формирования сознания личности (беседа, диспут, внушение, инструктаж, контроль, объяснение, пример, самоконтроль, рассказ, совет, убеждение и др.);

- методы организации деятельности и формирования опыта поведения (задание, общественное мнение, педагогическое требование, поручение, приучение, создание воспитывающих ситуаций, тренинг, упражнение, и др.);

- методы мотивации деятельности и поведения (одобрение, поощрение социальной активности, порицание, создание ситуаций успеха, создание ситуаций для эмоционально-нравственных переживаний, соревнование и др.)

При реализации дисциплины преподаватель должен учитывать следующие направления воспитательной деятельности:

Гражданское и патриотическое воспитание:

- формирование у обучающихся целостного мировоззрения, российской идентичности, уважения к своей семье, обществу, государству, принятым в семье и обществе духовно-нравственным и социокультурным ценностям, к национальному, культурному и историческому наследию, формирование стремления к его сохранению и развитию;

- формирование у обучающихся активной гражданской позиции, основанной на традиционных культурных, духовных и нравственных ценностях российского общества, для повышения способности ответственно реализовывать свои конституционные права и обязанности;

- развитие правовой и политической культуры обучающихся, расширение конструктивного участия в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах самоорганизации, самоуправления, общественно-значимой деятельности;

- формирование мотивов, нравственных и смысловых установок личности, позволяющих противостоять экстремизму, ксенофобии, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам, межэтнической и межконфессиональной нетерпимости, другим негативным социальным явлениям.

Духовно-нравственное воспитание:

- воспитание чувства достоинства, чести и честности, совестливости, уважения к родителям, учителям, людям старшего поколения;

- формирование принципов коллективизма и солидарности, духа милосердия и сострадания, привычки заботиться о людях, находящихся в трудной жизненной ситуации;

- формирование солидарности и чувства социальной ответственности по отношению к людям с ограниченными возможностями здоровья, преодоление психологических барьеров по отношению к людям с ограниченными возможностями;

- формирование эмоционально насыщенного и духовно возвышенного отношения к миру, способности и умения передавать другим свой эстетический опыт.

Культурно-просветительское воспитание:

- формирование уважения к культурным ценностям родного города, края, страны;

- формирование эстетической картины мира;

- повышение познавательной активности обучающихся.

Научно-образовательное воспитание:

- формирование у обучающихся научного мировоззрения;

- формирование умения получать знания;

- формирование навыков анализа и синтеза информации, в том числе в профессиональной области.

Физическое воспитание:

- формирование ответственного отношения к своему здоровью, потребности в здоровом образе жизни;

- формирование культуры безопасности жизнедеятельности;

- формирование системы мотивации к активному и здоровому образу жизни, занятиям спортом, культуры здорового питания и трезвости.

Профессионально-трудовое воспитание:

- формирование добросовестного, ответственного и творческого отношения к разным видам трудовой деятельности;

- формирование навыков высокой работоспособности и самоорганизации, умение действовать самостоятельно, мобилизовать необходимые ресурсы, правильно оценивая смысл и последствия своих действий;

Экологическое воспитание:

- формирование экологической культуры, бережного отношения к родной земле, экологической картины мира, развитие стремления беречь и охранять природу;

Таблица по заочной форме обучения

3.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных(ые) единиц(ы) (ЗЕ), всего 216 часов, из которых 90 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (занятия лекционного типа 32 час., занятия семинарского типа (практические, семинарские занятия, лабораторные работы и т.п.) 48 час., групповые и индивидуальные консультации 4 час., прием экзамена (КПА), зачета с оценкой - 1 час., самостоятельная работа обучающегося 56 час. Практическая подготовка по виду профессиональной деятельности составляет 20 часов.

		Семестр	
		5	6
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	216	108	108
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ (ЗЕ)	6	3	3
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:	38	19	19
Лекционные занятия (Лек)	12	6	6
Практические занятия (Пр)	16	8	8
Контроль самостоятельной работы и иная контактная работа (КСР)*	8	4	4
Контактные часы во время аттестации (КПА)	2	1	1
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС)	162	81	81
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: (экзамен)	16	8	8
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	Эк	Эк	Эк

Лист регистрации изменений

Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины на 2021/2022 учебный год

В программу вносятся следующие изменения:

1. Комплект ОПОП дополнен Рабочей программой воспитания и Календарным планом воспитательной работы.

2. _____

3. _____

*Указываются номера страниц, на которых
внесены изменения,
и кратко дается характеристика этих
изменений*