



КГЭУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

АКТУАЛИЗИРОВАНО
Решением Ученого совета ИЦТЭ КГЭУ
Протокол №7 от 19.03.2024

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института цифровых
технологий и экономики
Наименование института

_____ Э.И. Беляев
«30» мая 2023 г.

Б1.В.05 Медиамаркетинг

Направление
подготовки

38.04.02 Менеджмент

Направленность(и) *
(профиль(и))

Управление медиакоммуникациями

Квалификация

Магистр

г. Казань, 2023

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО -магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

Программу разработал(и):

доцент, к.полит.н. _____ Чурашова Е.А.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры-работчика «Философия и медиакоммуникации», протокол №5 от 19.05.2023

Зав. кафедрой

Миннуллина Э.Б.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры «Философия и медиакоммуникации» протокол №5 от 19.05.2023

Зав. кафедрой

Миннуллина Э.Б..

Программа одобрена на заседании методического совета института Цифровых технологий и экономики, протокол № 7 от 30.05.2023

Зам. директора института Цифровых технологий и экономики

_____ В.В. Косулин

Программа принята решением Ученого совета института Цифровых технологий и экономики протокол № 9 от 30.05.2023

1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине: изучение специфики, функций, задач и технологий медиамаркетинга. Описаны различные стратегии развития медиабизнеса. Задачами освоения дисциплины являются:

- сформировать устойчивые знания по вопросам определения и разработки наиболее эффективной стратегии медиабизнеса;
- выработать у магистрантов навыки медиаисследования;
- привить магистрантам умение самостоятельно приобретать новые знания на основе изучения современной литературы отечественных и зарубежных авторов, статистических материалов с использованием современных информационных технологий и информационных систем;
- подготовить магистрантов к научно-исследовательской и экспертной деятельности в профессиональной сфере в рамках стратегического планирования медиапроектов, обучить принципам системного анализа в области медиамаркетинга.

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) |
|---|---|---|
| Профессиональные компетенции (ПК) | | |
| ПК-1 Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты | ПК-1.2 Определяет потенциальные площадки размещения и каналы распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов | <i>Знать:</i> - Современную структуру медиауслуг (З1) <i>Уметь:</i> - Определять приоритетные площадки для размещения медиаконтента (У1) <i>Владеть:</i> - Навыками медиаисследования (В1) |
| | ПК-1.3 Проводит маркетинговый анализ контента и аудитории с целью выявления свободных ниш и потребностей целевых аудиторий | <i>Знать:</i> - Методы изучения аудитории СМИ (З1) <i>Уметь:</i> - Оценивать эффективность медиасредств (У1) <i>Владеть:</i> - Навыками проведения маркетингового анализа медиаплощадок (В1) |

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Стратегическая логистика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

| Код компетенции | Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др. | Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др. |
|-----------------|--|---|
| ПК-1 | | Брендинг медиапроектов Цифровой маркетинг Разработка медиапродукта Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы |

Для освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основы медиапланирования и медиаисследования;
- основы маркетинга.

уметь:

- составлять медиаплан;
- рассчитывать эффективность маркетинговых проектов;

владеть:

- навыками медиаисследования;
- методами расчета основных показателей эффективности медианосителей.

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) (ЗЕ), всего 108 часов, из которых 29 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (занятия лекционного типа 8 час., занятия семинарского типа (практические, семинарские занятия, лабораторные работы и т.п.) 16 час., групповые и индивидуальные консультации 2 час., прием экзамена (КПА), самостоятельная работа обучающегося 44 часа, контроль самостоятельной работы (КСР) - 2 час.

| Вид учебной работы | Всего ЗЕ | Всего часов | Семестр |
|--|----------|-------------|---------|
| | | | 2 |
| ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ | 6 | 108 | 108 |
| КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе: | | 29 | 53 |
| Лекции (Лек) | | 8 | 16 |
| Практические (семинарские) занятия (Пр) | | 16 | 32 |
| Контроль самостоятельной работы и иная контактная работа (КСР)* | | 2 | 2 |
| Консультации (Конс) | | 2 | 2 |

| | | | |
|--|--|----|-----|
| Контактные часы во время аттестации (КПА) | | 1 | 1 |
| САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС), в том числе: | | 44 | 128 |
| Подготовка к промежуточной аттестации в форме: (экзамен) | | 35 | 35 |
| ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ | | Эк | Эк |

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

| Разделы дисциплины | Семестр | Распределение трудоемкости (в часах) по видам учебной работы, включая СРС | | | | | | | Формируемые результаты обучения (знания, умения, навыки) | Литература | Формы текущего контроля успеваемости | Формы промежуточной аттестации | Максимальное количество баллов по балльно | |
|---|---------|---|---|------------------------|---|---------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------|--|---|--------------------------------------|----------------------------------|---|-------|
| | | Занятия лекционного типа | Занятия практического и семинарского типа | Групповые консультации | Самостоятельная работа студента, в т.ч. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | подготовка к промежуточной аттестации | Сдача зачета / экзамена | | | | | | Итого |
| 1. Современный рынок медиауслуг | 2 | 4 | 8 | | 22 | | | | 34 | ПК-1.2 -31, ПК-1.3 31 ПК-1.2 У1 | Л1.1 , Л1.2, Л2.1 Л2.2 | Реферат, Практическое задание | | 30 |
| 2. Теоретические и практические вопросы медиамаркетинга | | 4 | 8 | | 22 | | | | 34 | ПК-1.3 – У1, ПК-1.2 -В1, ПК-1.3 -В1 | | | | 30 |
| Экзамен | | | | | | | 35 | | 35 | | | Экзамен | 40 | |
| ИТОГО | | 8 | 16 | 2 | 44 | 2 | 35 | 1 | 108 | | | | | 100 |

3.3. Тематический план лекционных занятий

| № п/п | Темы лекционных занятий | Трудоемкость, час. |
|-------|--|--------------------|
| 1 | Основные тенденции развития медиаиндустрии | 2 |
| 2 | Современные направления медиаисследований | 2 |
| 3 | Цели и задачи медиамаркетинга | 2 |
| 4 | Элементы медиамаркетинга. Особенности медийного маркетинга | 2 |
| Всего | | 8 |

3.4. Тематический план практических занятий

| Номер раздела дисциплины | Темы практических занятий | Трудоемкость, час. |
|--------------------------|---|--------------------|
| 1 | Структура современного рынка медиауслуг | 4 |
| 2 | Цифровая трансформация массмедиа в современном маркетинге | 4 |
| 3 | Понятие медиамаркетинга | 4 |
| 4 | Основные инструменты комплексного медиамаркетинга | 4 |
| Всего | | 16 |

3.5. Тематический план лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом

3.6. Самостоятельная работа студента

| Номер раздела дисциплины | Вид СРС | Содержание СРС | Трудоемкость, час. |
|--------------------------|---|----------------|--------------------|
| 1 | Содержательная характеристика основных сегментов медиарынка | ПЗ, Реферат | 11 |
| 2 | Медиахолдинги и медиаагентства России | | 11 |
| 3 | Инструменты медиамаркетинга | | 11 |
| 4 | Стратегии медиамаркетинга. Медиаме-неждмент | | 11 |
| Всего | | | 128 |

4. Образовательные технологии

При проведении учебных занятий используются традиционные образовательные технологии (практические занятия, самостоятельное изучение определённых разделов) и современные образовательные технологии, направленные на обеспечение развития у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств: групповые дискуссии, анализ ситуаций и имитационных моделей, работа в команде, преподавание дисциплины на основе результатов научных исследований с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей и т.п.

При реализации дисциплины «Медиамаркетинг» по образовательной программе «Управление медиакоммуникациями» направления подготовки магистров 38.04.02 «Менеджмент» применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В образовательном процессе используются:

- электронные образовательные ресурсы (ЭОР), размещенные в личных кабинетах студентов Электронного университета КГЭУ, URL: <http://e.kgeu.ru/>

5. Оценивание результатов обучения

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

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, включает: практические задания, контроль самостоятельной работы обучающихся в устной форме (реферат).

Итоговой оценкой результатов освоения дисциплины является оценка, выставленная во время промежуточной аттестации обучающегося (экзамен) с учетом результатов текущего контроля успеваемости. Промежуточная аттестация в форме экзамена проводится письменно по билетам. На экзамен выносятся теоретические и практические задания, проработанные в течение семестра на учебных занятиях и в процессе самостоятельной работы обучающихся. Экзаменационные билеты содержат 2 теоретических и 1 задание практического характера..

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

| Планируемые результаты обучения | 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 не 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 не продемонстрированы базовые навыки, имеют место грубые ошибки | Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов |

| | | | | |
|--|--|---|---|---|
| <p>Характеристика сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)</p> | <p>Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач</p> | <p>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</p> | <p>Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач</p> | <p>Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач</p> |
| <p>Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)</p> | <p>Низкий</p> | <p>Ниже среднего</p> | <p>Средний</p> | <p>Высокий</p> |

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

| Код компетенции | Код индикатора достижения компетенции | Запланированные результаты обучения по дисциплине | Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции) | | | |
|-------------------------------|---------------------------------------|---|---|---|--|--|
| | | | Высокий | Средний | Ниже среднего | Низкий |
| | | | Шкала оценивания | | | |
| | | | отлично | хорошо | удовлетворительно | неудовлетворительно |
| | | | зачтено | | | не зачтено |
| ПК - 1 | ПК 1.2 | Знать | | | | |
| | | Современную структуру медиауслуг | На высоком уровне знает современную структуру медиауслуг | На хорошем уровне знает современную структуру медиауслуг | Не достаточно хорошо знает методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений | Не знает методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений |
| | | Уметь | | | | |
| | | Определять приоритетные площадки для размещения медиаконтента | На высоком уровне умеет определять приоритетные площадки для размещения медиаконтента | На хорошем уровне умеет определять приоритетные площадки для размещения медиаконтента | Не достаточно хорошо умеет определять приоритетные площадки для размещения медиаконтента | Не умеет определять приоритетные площадки для размещения медиаконтента |
| | Владеть | | | | | |
| | Навыками медиаисследования | На высоком уровне владеет навыками навыками медиаисследования | На хорошем уровне владеет навыками навыками медиаисследования | Не достаточно хорошо владеет навыками навыками медиаисследования | Не владеет навыками навыками медиаисследования | |
| | ПК-1.3 | Знать | | | | |
| Методы изучения аудитории СМИ | | На высоком уровне знает методы изучения аудитории СМИ | На хорошем уровне знает методы изучения аудитории СМИ | Не достаточно хорошо знает методы изучения аудитории СМИ | Не знает методы изучения аудитории СМИ | |
| Уметь | | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|---|---|
| | Оценивать эффективность медиасредств | На высоком уровне умеет оценивать эффективность медиасредств | На хорошем уровне умеет оценивать эффективность медиасредств | Не достаточно хорошо умеет оценивать эффективность медиасредств | Не умеет оценивать эффективность медиасредств |
| | Владеть | | | | |
| | Навыками проведения маркетингового анализа медиаплощадок | На высоком уровне владеет навыками проведения маркетингового анализа медиаплощадок | На хорошем уровне владеет навыками проведения маркетингового анализа медиаплощадок | Не достаточно хорошо владеет навыками проведения маркетингового анализа медиаплощадок | Не владеет навыками проведения маркетингового анализа медиаплощадок |

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

6.1. Учебно-методическое обеспечение

1. Основная литература

1. Медиапланирование : учебно-практическое пособие / А. А. Романов, Г. А. Васильев, Р. В. Каптюхин. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 240 с. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/10716.html>. - ISBN 978-5-374-00391-8. - Текст : электронный

2. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. - 3-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2020. - 178 с. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/90235.html>. - ISBN 978-5-394-03570-8. - Текст : электронный.

2. Дополнительная литература

1. Маркетинг : учебник / под ред. Т. Н. Парамоновой. - 5-е изд., стер. - М. : Кнорус, 2016. - 358 с. - URL: <https://www.book.ru/book/919195/>. - ISBN 978-5-406-04632-6. - Текст : электронный.

2. Маркетинг: теория, методика, практика : учебное пособие / Т. С. Бронникова. - 4-е изд., стер. - М. : Кнорус, 2016. - 208 с. - URL: <https://www.book.ru/book/918105/>. - ISBN 978-5-406-04699-9. - Текст : электронный.

6.2. Информационное обеспечение

6.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

| № п/п | Наименование электронных и интернет-ресурсов | Ссылка |
|-------|--|---|
| 1 | <u>Энциклопедии, словари, справочники</u> | http://www.rubricon.com |
| 2 | Портал «Открытое образование» | http://npoed.ru |
| 3 | Единое окно доступа к образовательным ресурсам | http://window.edu.ru |

6.2.2. Профессиональные базы данных

| № п/п | Наименование профессиональных баз данных | Адрес | Режим доступа |
|-------|---|---|---|
| 1 | Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» | http://ecsocman.hse.ru/ | http://ecsocman.hse.ru/ |
| 2 | Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования | http://fgosvo.ru | http://fgosvo.ru |
| 3 | Электронная библиотека диссертаций (РГБ) | diss.rsl.ru | diss.rsl.ru |

| | | | |
|---|--|---|---|
| 4 | Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU | http://elibrary.ru | http://elibrary.ru |
| 5 | Электронная библиотека диссертаций (РГБ) | diss.rsl.ru | diss.rsl.ru |
| 6 | Официальный сайт Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации | http://duma.gov.ru/ | http://duma.gov.ru/ |
| 7 | Web of Science | https://webofknowledge.com/ | https://webofknowledge.com/ |
| 8 | Scopus | https://www.scopus.com | https://www.scopus.com |

6.2.3. Информационно-справочные системы

| № п/п | Наименование информационно-справочных систем | Адрес | Режим доступа |
|-------|--|---|---|
| 1 | «Консультант Плюс» | http://consultant.ru | http://www.consultant.ru/ |
| 2 | «Гарант» | http://www.garant.ru/ | http://www.garant.ru/ |

6.2.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

| № п/п | Наименование программного обеспечения | Описание | Реквизиты подтверждающих документов |
|-------|--|---|---|
| 1 | Windows 7 Профессиональная (Pro) | Пользовательская операционная система | ЗАО «СофтЛайнТрейд» №2011.25486 от 28.11.2011. Неискл. право. Бессрочно |
| 2 | Office Professional Plus 2007 Windows32 Russian DiskKit MVL CD | Пакет программных продуктов содержащий в себе необходимые офисные программы | ЗАО «СофтЛайнТрейд» №225/10 от 28.01.2010. Неискл. право. Бессрочно |
| 3 | Браузер Chrome | Система поиска информации в сети интернет | Свободная лицензия. Неискл. право. Бессрочно |
| 4 | Браузер Firefox | Система поиска информации в сети интернет | Свободная лицензия. Неискл. право. Бессрочно |
| 5 | OpenOffice | Пакет офисных приложений | Свободная лицензия. Неискл. право. Бессрочно |
| 6 | LMS Moodle | ПО для эффективного онлайн-взаимодействия преподавателя и студента | Свободная лицензия. Неискл. право. Бессрочно |

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| № п/п | Вид учебной работы | Наименование специальных помещений и помещений для СРС | Оснащенность специальных помещений и помещений для СРС |
|-------|--------------------|--|--|
| | Лекционные | Помещение для | Оснащение: доска аудиторная (2 шт.), акустическая |

| | | | |
|---|------------------------------------|--|---|
| 1 | занятия, текущий контроль | проведения занятий лекционного типа, текущего контроля | система, усилитель-микшер для систем громкой связи, миникомпьютер, монитор, проектор, экран настенно-потолочный, микрофон. Программное обеспечение: 1. Windows 7 Профессиональная (Pro): договор №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия 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. 4. LMS Moodle: Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. |
| | | Помещение для проведения занятий лекционного типа | Оснащение: доска аудиторная (2 шт.), акустическая система, усилитель-микшер для систем громкой связи, миникомпьютер, монитор, проектор, экран настенно-потолочный, микрофон. Программное обеспечение: 1. Windows 7 Профессиональная (Pro): договор №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия 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. 4. LMS Moodle: Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. |
| 2 | Практические (семинарские) занятия | Помещения для проведения занятий семинарского типа | Моноблок (15 шт.), проектор, экран. |
| | | | Доска аудиторная, компьютер в комплекте с монитором, проектор, экран. |
| | | | Интерактивная доска, проектор, процессор, доска аудиторная. |
| | | | Программное обеспечение: 1. Операционная система Windows 7 Профессиональная (сертифицированная ФСТЭК): №ПО-ЛИЦ 0000/2014 от 27.05.2014, лицензиар - ЗАО "ТаксНет-Сервис", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 2. OfficeProfessionalPlus 2007 Windows32 RussianDiskKit MVL CD: договор №225/10 от 28.01.2010, лицензиар - ЗАО "СофтЛайнТрейд", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 3. Браузер Chrome. Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно |

| | | | |
|---|-------------------------------------|---|---|
| | | | 4. LMS Moodle. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно |
| 3 | Самостоятельная работа обучающегося | Помещение для проведения самостоятельной работы студента | Моноблок (30 шт.), система видеонаблюдения (6 видеокамер), проектор, экран. Программное обеспечение: 1. Windows 10: договор № Tr096148 от 29.09.2020, лицензиар - ООО "Софтлайн трейд", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - до 14.09.2021 2. OfficeStandard 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. 4. LMS Moodle, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл.право, срок действия лицензии - бессрочно. |
| 4 | | Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования | Комплект оборудования для диагностики оргтехники и медиатехники, комплект оборудования и инструмента для ремонта оргтехники и медиатехники, комплектующие для ремонта, комплект электроинструмента для проведения монтажных работ |

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.

Лист внесения изменений

Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины на 20____
/20____ учебный год

В программу вносятся следующие изменения:

1. _____
2. _____
3. _____

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

Программа одобрена на заседании кафедры –разработчика «19» мая 2023г.,
протокол № 5

Зав. кафедрой _____

Подпись, дата

Миннуллина Э.Б.

Программа одобрена методическим советом института ИЦТЭ
«30» мая 2023 г., протокол № 7

Зам. директора по УМР _____

Подпись, дата

Косулин В.В.

Согласовано:

Руководитель ОПОП _____

Подпись, дата

Миннулла Э.Б.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
КГЭУ «КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

«МЕДИАМАРКЕТИНГ»

Направление
подготовки

38.04.02 «Менеджмент»

Направленность

Управление медиакоммуникациями

Квалификация
выпускника

магистр

г. Казань, 2023

Оценочные материалы по дисциплине «Медиамаркетинг» - комплект контрольно-измерительных материалов, предназначенных для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенции(й):

ПК-1 Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции,

производить творческие пилотные проекты

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

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание процесса обучения по дисциплине. При текущем контроле успеваемости используются следующие оценочные средства: практическое задание, реферат.

Промежуточная аттестация имеет целью определить уровень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине за 1 семестр. Форма промежуточной аттестации экзамен.

Оценочные материалы включают задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, разработанные в соответствии с рабочей программой дисциплины.

1. Технологическая карта

Семестр 1

| Номер раздела/темы дисциплины | Вид СРС | Наименование оценочного средства | Запланированные дескрипторы освоения дисциплины | Уровень освоения дисциплины, баллы | | | |
|--------------------------------------|--|----------------------------------|---|------------------------------------|---------------|-------------|-------------|
| | | | | неудов-но | удов-но | хорошо | отлично |
| | | | | не зачтено | зачтено | | |
| | | | | низкий | ниже среднего | средний | высокий |
| Текущий контроль успеваемости | | | | | | | |
| Тема 1 | Изучение теоретического материала, самостоятельное решение кейс-задач, подготовка к тестированию | Р фр, ПЗ | ПК-1.1 -31, ПК-2.1 -У1, ПК-2.1 -В1 | менее 18 | 1 8 - 25 | 2 0 - 27 | 2 2 – 30 |
| Тема 2 | | | ПК-1.1 -31, ПК-1.1 -В1, ПК-2.1 -У1, ПК-2.1 -31 | | | | |
| Тема 3. | Изучение теоретического материала, самостоятельное решение кейс-задач, подготовка к тестированию | Р фр, ПЗ | ПК-1.1 -31, ПК-1.1 -У1, ПК-2.1 -В1 | менее 17 | 1 7 - 24 | 2 0 - 27 | 2 3 – 30 |
| Тема 4. | | | ПК-1.1 -32, ПК-1.1 -В1, ПК-2.1 -32 | | | | |
| | | | | менее 35 | 3 5-49 | 4 0-54 | 4 5-60 |
| | Подготовка к экзамену | Э экзаменационные билеты | ПК-1.1-31, 32, ПК-1.1.- У1, ПК-1.1. В1 ПК-2.1 -31, 32 ПК- | менее 20 | 2 0 | 3 0 | 4 0 |

| | | | | | | | |
|---------------------|--|--|----------------------------|---------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| | | | 2.1 -У1 ПК- 2.1 -В1, | | | | |
| Всего баллов | | | | м нее 54 | 5 5-69 | 7 0-84 | 8 5-100 |

2. Перечень оценочных средств

Краткая характеристика оценочных средств, используемых при текущем контроле успеваемости обучающегося по дисциплине:

| Наименование оценочного средства | Краткая характеристика оценочного средства | Оценочные материалы |
|----------------------------------|---|--------------------------|
| Практическое задание (ПЗ) | Средство оценки умения применять полученные теоретические знания в практической ситуации. Задание направлено на оценивание компетенций по дисциплине, содержит четкую инструкцию по выполнению или алгоритм действий | Комплект задач и заданий |
| Реферат (Рфр) | Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее | Темы рефератов |

3. Фонд оценочных средств текущего контроля успеваемости обучающихся

| Наименование оценочного средства | Практическое задание |
|---|---|
| Представление и содержание оценочных материалов | <p><u>Раздел 1. Современный рынок медиауслуг</u></p> <p><u>Содержательная характеристика основных сегментов медиарынка</u> Проанализировать следующие сегменты медиарынка:</p> <ul style="list-style-type: none"> - интернет-реклама; - телевизионная реклама; - платное телевидение; -OTT –видео; - кинопрокат; - виртуальная реальность; - видеоигры; - киберспорт; - музыкальная индустрия; - радио и подкасты; - доступ в интернет; - деловая информация (B2B); - издание джурналов и газет; - наружная реклама; - книгоиздание. <p>Привести примеры каждого медиасегмента.</p> <p><u>Концепция кампании по продвижению СМИ (Общие характеристики)</u> Создать концепцию продвижения выбранного СМИ по следующему</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>плану:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наименование компании (издательского дома, группы, холдинга) 2. Наименование продукта (что продвигается): 3. Вид кампании: кампании по продвижению нового СМИ на рынок, сезонная, антикризисная и т.д. 4. Цель кампании: в течение короткого срока (точное обозначение срока, включая срок до выхода издания на рынок) вывести СМИ на рынок, сделать его конкурентоспособным или увеличить число подписчиков (читателей в целом) и рекламодателей 5. Задачи кампании: уточняются и конкретизируются цели 6. Главная и дополнительная транслируемые идеи:... 7. Контрольные даты: начало, промежуточная (промежуточные), окончательная <p style="text-align: center;"><u>Раздел 2. Теоретические и практические вопросы медиамаркетинга</u></p> <p><u>Характеристика продвигаемого СМИ</u></p> <p>Проанализировать продвигаемое СМИ по плану:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рыночный сегмент, ниша 2. Характеристики целевой аудитории 3. Основные характеристики (количественные и качественные, включая периодичность, объем, формат) и позиционирование продукта 4. Конкурентоспособность 5. Цены в сравнении с ценами прямых конкурентов <p><u>План-график кампании по продвижению СМИ</u></p> <p>Составьте план-график продвижения выбранного СМИ по разделам. Для всех разделов используется таблица (для рекламы в СМИ своя – медиапланирования и т.д.) по предложенной форме: По горизонтали: №№ Мероприятие Дата, время, Ответственные По вертикали: - Изменение характеристик продукта (для сезонных и антикризисных кампаний). - Реклама - Стимулирование сбыта - Связи с общественностью - Прямые продажи</p> |
| <p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p> | <p>При оценке выполненного задания учитываются следующие критерии:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Умение пользоваться материалом <ul style="list-style-type: none"> - использование имеющихся в распоряжении данных, чтобы разработать подробный и обоснованный план действий- 3 балла; - использование имеющихся в распоряжении данных, для разработки подробного и обоснованного плана действий с помощью преподавателя- 2 балла; - не умение использовать имеющиеся в распоряжении данные – 0 баллов. 2. Последовательность изложения <ul style="list-style-type: none"> - содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано – 2 балла; |

| | |
|--|--|
| | <p>-последовательность изложения материала недостаточно продумана – 1 балл;</p> <p>-путаница в изложении материала – 0 баллов;</p> <p>3. Владение речью и терминологией</p> <p>-материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии – 2 балла;</p> <p>-в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии – 1 балл;</p> <p>-допущены ошибки в определении понятий – 0 баллов;</p> <p>4. Уровень теоретического анализа</p> <p>-показано умение делать обобщение, выводы, сравнение – 2 баллов;</p> <p>-обобщение, выводы, сравнения делаются с помощью преподавателя – 1 балл;</p> <p>-полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения – 0 баллов;</p> <p style="text-align: center;">Количество баллов: максимум – 10</p> |
| <p>Наименование оценочного средства</p> | <p style="text-align: center;">Реферат (Рфр)</p> |
| <p>Представление и содержание оценочных материалов</p> | <p>Самостоятельная работа обучающихся – это планируемая работа, выполняемая по заданию и при методическом руководстве научно-педагогического работника, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа играет важную роль в достижении ряда целей, таких как:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) овладение экономической методологией исследования; 2) более глубокое усвоении дисциплины в целом и ее отдельных проблем; 3) приобретение навыков самостоятельной работы с первоисточниками, монографической и справочной литературой; 4) развитие логического мышления и умения обосновать целесообразность практических рекомендаций; 5) усвоение методов сбора, обработки и анализа статистического материала. <p>Обучающемуся предлагается самостоятельно выбрать тему для написания реферата из предложенного списка.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Интернет вещей: коммерциализация инновационных технологий 2. Принципы стратегической трансформации современной медиаиндустрии 3. Крупнейшие рекламодатели на мировом рынке и в России. 4. Медиахолдинги России 5. Медиаагентства России 6. Структура рынка телерекламы 7. Рынок медиаисследований: состояние, проблемы, тенденции, перспективы 8. Современные направления медиаисследований 9. Технологии распознавания в медиаисследованиях 10. Стратегии в интернет-продвижениях 11. Рынок OTT-видео: подходы к монетизации видео-стриминговых сервисов. 12. Роль и место современного медиаменеджмента. 13. История, основы и сущность медиаменеджмента 14. Роль медиаменеджмента в развитии экономики. Общая теоретическая модель и методология медиаменеджмента 15. Основные модели формирования знаний и умений в медиабизнесе. Базовые и эталонные стратегии развития медиабизнеса 16. Проблемы управления и эффективного функционирования медиасистем 17. Маркетинг в социальных медиа |

| | |
|---|---|
| | <p>18. Медиалогистика 19. Inbound в медиамаркетинге</p> |
| Критерии оценки и шкала оценивания в баллах | <p>1. Знание материала - содержание материала раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины – 1 балл; - - не раскрыто основное содержание учебного материала – 0 баллов.</p> <p>2. Последовательность изложения - содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано – 1 балл; - путаница в изложении материала – 0 баллов.</p> <p>3. Владение речью и терминологией - материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии – 1 балл; - допущены ошибки в определении понятий – 0 баллов.</p> <p>4. Применение конкретных примеров - показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами – 1 балл; - неумение приводить примеры при объяснении материала – 0 баллов.</p> <p>5. Уровень теоретического анализа - показано умение делать обобщение, выводы, сравнение – 1 балл; - полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения – 0 баллов.</p> <p style="text-align: center;">Количество баллов: максимум – 5.</p> |

4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации

| Наименование оценочного средства | Экзамен |
|---|---|
| Представление и содержание оценочных материалов | <p>Например, оценочные материалы, вынесенные на экзамен, состоят из экзаменационных билетов с заданиями теоретического и практического характера, проработанные в течение семестра на учебных занятиях и в процессе самостоятельной работы обучающихся.</p> <p>Всего 35 экзаменационных билетов, содержащих 2 теоретических задания и 1 задание практического характера.</p> <p style="text-align: center;">Примеры экзаменационных билетов:</p> <p><u>Билет 1</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие медиамаркетинга 2. Inbound в медиамаркетинге 3. Рейтинг телеканала — 10%. Рейтинг всего телевидения — 25%. Какова доля рейтинга телеканала? <p><u>Билет 2</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Базовые и эталонные стратегии развития медиабизнеса 2. Особенности медийного маркетинга 3. Рекламный ролик вышел на радио А с аудиторией 13% и на радио Б с аудиторией 8%. Рассчитайте охват рекламного сообщения. |
| Критерии оценки и шкала оценивания в баллах | <p>При выставлении баллов за ответы на задания в билете учитываются следующие критерии:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Правильность выполнения практического(их) задания(ий) 2. Владение методами и технологиями, запланированными в рабочей программе дисциплины |

3. Владение специальными терминами и использование их при ответе.

4. Умение объяснять, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы

5. Логичность и последовательность ответа

От 16 до 20 баллов оценивается ответ, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

От 11 до 15 баллов оценивается ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе.

От 6 до 10 баллов оценивается ответ, свидетельствующий, в основном, о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

Максимально количество баллов за ответы на теоретические вопросы билета- 20 баллов (по 10 баллов за каждый вопрос в билете).

Максимальное количество баллов за выполнение практического задания (решение задачи) – 20 баллов.

Максимальное количество баллов за экзамен - 40