

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Рахаев Анатолий Измаилович  
Должность: И. о. Ректора  
Дата подписания: 18.03.2025 16:56:52  
Уникальный программный ключ:  
b049feef759df6f58f67585b9bb2502ddf293921

**Приложение № 10**

**к Рабочей программе дисциплины**

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИСКУССТВ»  
КАФЕДРА РЕЖИССУРЫ**



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе

М. М. Ахмедагаев

от «13» февраля 2025 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Прикладное медиапланирование**

Направление подготовки  
42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль)  
Медиажурналистика

Уровень высшего образования  
Бакалавриат

**Нальчик 2025**

Фонд оценочных средств предназначен для контроля знаний обучающихся программы бакалавриата направления подготовки 42.03.02 Журналистика по дисциплине (модулю) «Прикладное медиапланирование»

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры режиссуры СКГИИ.

Протокол № 5А от 04.02.2025 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы, описание показателей, критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования 4
2. Методические материалы и типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения профессиональной образовательной программы 11
3. Перечень контрольных заданий и иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности 12

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся базируется на перечне компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения всех результатов обучения, запланированных для дисциплины *ФОС включает в себя:*

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формирующимися компетенциями в процессе освоения дисциплины (практический показ).

### **1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы, описание показателей, критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

Оценочные средства по образовательной программе обеспечивают надежную и интегративную (комплексную) оценку результатов обучения и освоения дисциплины (модуля) Б1.О.27 «Прикладное медиапланирование»

Карта компетенций

#### ***Код и наименование компетенции выпускника:***

- Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (**ОПК-7**).
- Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта. (**ПК-5**)
- Способен участвовать в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий. (**ПК-7**).

**Код и наименование индикатора достижения компетенций выпускника:**

- Способен применять знания цеховых принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности (**ОПК-7.1**).
  - Способен осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста (**ОПК-7.2**).
  - Способен придерживаться установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта (**ПК-5.1**).
  - Способен распределять свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами (**ПК-5.2**).
  - Способен выполнять свои профессиональные обязанности в рамках отведенного времени (**ПК-5.3**).
  - Способен реализовать знания на этапах производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта (**ПК-7.1**).
  - Способен отслеживать тенденции развития современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ (**ПК-7.2**).
  - Способен использовать современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы в процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта (**ПК-7.3**).
- В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие **результаты обучения:**

***Знать:***

- базовые характеристики конкретных социальных принципов ответственности, в том числе
  - журналистики;
- актуальные проблемы функционирования социальных институтов и тенденции развития современного общества;
- особенности стратификации современного общества, а также черты социального и профессионального статуса современного журналиста как представителя общества;
- ключевые характеристики массовой аудитории как части общества;
- функции журналистики в современном медиатизированном обществе;
- особенности различных направлений работы журналиста в разных медийных средах (телевидение, онлайн-СМИ), включающей подготовку собственных публикаций и сотрудничество с другими участниками производства;
- специфику журналистского текста, предназначенного для различных видов СМИ, его содержательного и структурно-композиционного своеобразия;
- особенности творческого процесса работы журналиста над медиатекстами информационного характера;
- особенности работы с редакционной почтой;
- методики и технологии сбора, обработки и проверки информации;
- алгоритм работы над новостными текстами, основные правила их создания;
- специфику подготовки материалов информационных жанров для различных типов СМИ (печатных, телевизионных, радио-, онлайн-овых).

***Уметь:***

- критически оценивать взаимодействие журналистики с отдельными общественными и государственными институтами;
- использовать знания о технической специфике современной массовой коммуникации для оптимизации профессиональной журналистской деятельности;
- анализировать эффективность взаимодействия журналиста и аудитории.
- использовать современные технологии для подачи текстовой информации;
- «переупаковывать» журналистский материал для более эффективного влияния на целевую аудиторию с помощью различных мультимедийных форматов;
- планировать выпуски телепрограмм, радиопрограмм, онлайн-СМИ в соответствии с актуальными текущими событиями, работать с источниками информации, используя методы ее сбора и проверки, находить злободневные темы, оперативно готовить журналистские материалы, редактировать и вносить корректорскую правку, воплощать принцип подачи новости в развитии, выступать с анализом выпуска на редакторской летучке.
- формулировать актуальные приоритетные темы материалов информационного характера;
- искать и выбирать релевантные источники информации, осуществлять ее проверку;
- готовить информационные тексты для различных типов СМИ.

***Владеть:***

- навыками оценки потенциальных реальных эффектов профессиональной журналистской деятельности;
- навыками осуществления отбора информации, профессиональных средств и приемов медиакommunikаций в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами;
- навыками селекции, редактирования, компоновки, перепакетирования и ретрансляции информации, получаемой из разных источников для создания медиaproductов
- современными цифровыми технологиями сбора и обработки информации (поисковыми системами, текстовыми редакторами, программами верстки, обработки изображения, аудио и видеомонтажа).
- разнообразными методиками сбора информации в процессе подготовки материалов для СМИ;

– технологиями создания новостей для разных видов СМИ.

**Типы компетенций:** общепрофессиональные компетенции; профессиональные компетенции студента ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

### 1.1. Этапы формирования компетенций и средства оценивания

Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке

| Результаты обучения (компетенции)  | Индикаторы достижения компетенций (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)  | Основные показатели оценки результатов обучения   | Вид оценочного материала, обеспечивающий формирование компетенций   |
|--|---|---|---|
| <b>ОПК-7.</b><br>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | <b>ОПК-7.1.</b> Способен применять знания цеховых принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности<br><b>ОПК-7.2.</b> Способен осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста | <i>Знать:</i><br>– базовые характеристики конкретных социальных принципов ответственности, в том числе – журналистики;<br>– актуальные проблемы функционирования социальных институтов и тенденции развития современного общества;<br>– особенности стратификации современного общества, а также черты социального и профессионального статуса современного журналиста как представителя общества;<br>– ключевые характеристики массовой аудитории как части общества;<br>– функции журналистики в современном медиатизированном обществе;<br><i>Уметь:</i><br>– критически оценивать взаимодействие журналистики с | Устный опрос;<br>Написание реферата;<br>Презентация;<br>Контрольная работа;<br>Тестирование;<br>Промежуточная аттестация;<br>Итоговая аттестация. |

|  |   |  |   |
|--|---|--|---|
|  |   | <p>отдельными общественными и государственными институтами;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать знания о технической специфике современной массовой коммуникации для оптимизации профессиональной журналистской деятельности;</li> <li>– анализировать эффективность взаимодействия журналиста и аудитории.</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками оценки потенциальных реальных эффектов профессиональной журналистской деятельности;</li> <li>– навыками осуществления отбора информации, профессиональных средств и приемов медиакоммуникаций в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами</li> </ul> |   |
| <p><b>ПК-5.</b><br/>Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта.</p> | <p><b>ПК-5.1.</b> Способен придерживаться установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта</p> <p><b>ПК-5.2.</b> Способен распределять свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами</p> | <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности различных направлений работы журналиста в разных медийных средах (телевидение, онлайн-СМИ), включающей подготовку собственных публикаций и сотрудничество с другими участниками производства;</li> <li>– специфику журналистского текста, предназначенного для различных видов СМИ, его содержательного и структурно-композиционного своеобразия;</li> </ul>   | <p>Устный опрос;<br/>Доклад-сообщение<br/>Написание реферата;<br/>Презентация;<br/>Контрольная работа;<br/>Тестирование;<br/>Промежуточная аттестация;<br/>Итоговая аттестация.</p> |

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
|   | <p><b>ПК-5.3.</b> Способен выполнять свои профессиональные обязанности в рамках отведенного времени</p>  | <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать современные технологии для подачи текстовой информации;</li> <li>– «переупаковывать» журналистский материал</li> <li>– планировать выпуски телепрограмм, радиопрограмм, онлайн-СМИ в соответствии с актуальными текущими событиями, работать с источниками информации, используя методы ее сбора и проверки, находить злободневные темы, оперативно готовить журналистские материалы, редактировать и вносить корректорскую правку, воплощать принцип подачи новости в развитии, выступать с анализом выпуска на редакторской летучке.</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками селекции, редактирования, компоновки, перепакетирования и ретрансляции информации, получаемой из разных источников для создания медиапродуктов</li> <li>– современными цифровыми технологиями сбора и обработки информации (поисковыми системами, текстовыми редакторами, программами верстки, обработки изображения, аудио и видеомонтажа).</li> </ul> |  |
| <p><b>ПК-7.</b><br/>Способен участвовать в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта применением современных</p> | <p><b>ПК-7.1.</b> Способен реализовать знания на этапах производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта</p> <p><b>ПК-7.2.</b> Способен</p> | <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности творческого процесса работы журналиста над медиатекстами информационного характера;</li> <li>– особенности работы с редакционной почтой;</li> <li>– методики и технологии сбора, обработки и проверки информации;</li> </ul>  |  |

|                          |  |   |  |
|--------------------------|--|---|--|
| редакционных технологий. | отслеживать тенденции развития современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ<br><b>ПК-7.3.</b> Способен использовать современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы в процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта | –алгоритм работы над новостными текстами, основные правила их создания;<br>– специфику подготовки материалов информационных жанров для различных типов СМИ (печатных, телевизионных, радио-, онлайн-овых).<br><i>Уметь:</i><br>– формулировать актуальные приоритетные темы материалов информационного характера;<br>– искать и выбирать релевантные источники информации, осуществлять ее проверку;<br>–готовить информационные тексты для различных типов СМИ.<br><i>Владеть:</i><br>– разнообразными методиками сбора информации в процессе подготовки материалов для СМИ;<br>– технологиями создания новостей для разных видов СМИ. |  |
|--------------------------|--|---|--|

## 1.2. Критерии формирования оценок на различных этапах их формирования

Текущий и рубежный контроль.

Оценка регулярности, своевременности и качества выполнения обучающимися учебной работы в течение всего периода изучения дисциплины. Оценивание складывается из объёма посещаемости и качества успеваемости обучающегося за весь период обучения, а также с учетом изучения отдельных тем, выполнения отдельных видов работ, участия в семинарах, круглых столах и конференциях в СКГИИ и структурных подразделений СКГИИ. Итоговая оценка (оценивание) складывается в результате проведения текущего и итогового контроля по дисциплине (модулю) Б1.О.27 «Прикладное медиапланирование»

При разработке критериев оценочных средств для контроля качества изучения данной дисциплины учитываются междисциплинарные связи, содействующие формированию знаний, умений и владений у обучающихся в процессе изучения дисциплин обязательной части Блок 1 Дисциплины (модули).

Основными видами контроля успеваемости обучающихся являются: устный опрос, доклад-сообщение, самостоятельная работа, реферат/презентация, контрольная работа/промежуточная аттестация и зачет.

Зачет осуществляется преподавателем по дисциплине, возможно присутствие педагогов кафедры. По итогам контроля выставляется соответствующая оценка. Критерии оценки

компетенции осуществляются по пятибалльной системе.

**Оценивание ответа на зачете/экзамене (примерное в зависимости от структуры билета)**

| 4-х бальная шкала      | показатели   | критерии  |
|------------------------|--|---|
| Отлично «5»<br>Зачтено | <p>Полное посещение аудиторных занятий<br/>                     Полнота изложения теоретического материала;<br/>                     Полнота и правильность решения практического задания;<br/>                     Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий)<br/>                     Самостоятельность ответа;<br/>                     Культура речи</p> | <p>Творческие работы (этюды и актерские отрывки, режиссерская экспликация, статья, видеорепортаж) выполнены на высоком художественном уровне с применением основных выразительных средств, которые отражают восприятие и видение поставленных задач студентом и вызывают адекватную эмоциональную реакцию зрителей. Теоретическое усвоение материала отражает полное знание специфики актерского и режиссерского мастерства, понимание сущности рассматриваемых понятий, явлений и закономерностей, теорий и их взаимосвязей.</p>   |
| Хорошо «4»<br>Зачтено  | <p>Полное посещение аудиторных занятий<br/>                     Полнота изложения теоретического материала;<br/>                     Полнота и правильность решения практического задания;<br/>                     Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий)<br/>                     Самостоятельность ответа;<br/>                     Культура речи</p> | <p>В практических формах работы студента недостаточно выражается индивидуальное воплощение образа, роли, в режиссерских разработках нарушена цельность замысла и его решения, сценарный план содержит несущественные нарушения технологии производства, видеорепортаж имеет нарушения технологии производства, статья композиционно не выстроена, имеются ошибки. Обучающийся имеет достаточные навыки работы со съемочной техникой, монтажными программами. В теоретической части подготовки демонстрирует полноту знаний, умение обобщать и делать выводы, владеет правилами культуры устной речи. Допускает негрубые нарушения правил оформления письменных работ или невыполнение части практических работ.</p> |

|                                    |  |  |
|------------------------------------|--|--|
| Удовлетворительно «3»<br>Зачтено   | Посещение аудиторных занятий<br>Полнота изложения теоретического материала;<br>Полнота и правильность решения практического задания;<br>Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий)<br>Самостоятельность ответа;<br>Культура речи | Практические работы выполнены с нарушениями нормативных сроков и технологических требований, они маловыразительны и не вызывают художественного восприятия. В теоретических вопросах, охватив содержание всего учебного материала, студент имеет существенные пробелы в знаниях, препятствующих цельности усвоения дисциплины, выводы и обобщения аргументирует слабо, допуская в них ошибки. Испытывает затруднения в применении знаний, необходимых для решения определенных задач и при воплощении в практической деятельности. |
| Неудовлетворительно «2»<br>Зачтено | Посещение аудиторных занятий<br>Полнота изложения теоретического материала;<br>Полнота и правильность решения практического задания;<br>Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий)<br>Самостоятельность ответа;<br>Культура речи | Невыполнение практических заданий, неусвоение методологических основ специальности, отсутствие навыков воплощения конкретных практических задач. Неусвоение и не раскрытие основного содержания материала, отсутствие умения делать выводы и обобщения.  |

**2. Методические материалы и типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения профессиональной образовательной программы**

| №  | Наименование оценочного средства | Краткая характеристика оценочного средства  | Представление оценочного средства в фонде |
|----|----------------------------------|---|---|
| 1. | Контрольная работа               | Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися | Вопросы по темам/разделам дисциплины      |

|    |  |   |                                      |
|----|--|---|--------------------------------------|
| 2. | Тест   | Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося   | Фонд тестовых заданий                |
| 3. | Круглый стол/при наличии (дискуссия, полемика, диспут, дебаты) | Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу   | Перечень тем освещения               |
| 4. | Эссе/рефераты  | Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой авторский (редакторский) журналистский текст и (или) продукта с применением современных редакционных технологий | Перечень тем освещения               |
|    | Зачет  | Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися     | Вопросы по темам/разделам дисциплины |

### **3. Перечень контрольных заданий и иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности**

#### **3.1. Типовые задания для текущего контроля успеваемости**

##### **Вопросы по темам дисциплины «Прикладное медиапланирование»**

(контролируемая компетенция ОПК-7; ПК-5; ПК-7; индикаторы достижения компетенции ОПК-7.1; ОПК-7.2; ПК5.1; ПК-5.2; ПК-5.3; ПК-7.1; ПК-7.2; ПК-7.3;)

##### **Темы для подготовки к семинарам**

1. Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи.
2. Основные носители рекламы и их характеристики: 1) функции и цель рекламы, составляющие рекламного процесса и общий алгоритм рекламной кампании, понятие "медиапланирование", структура рекламного агентства;
- 2) восприятие рекламы в различных СМИ, факторы выбора средств рекламы; характеристики, преимущества и недостатки телевидения, радио, прессы, наружной рекламы, рекламы на / в транспорте и др.
3. Навыки необходимые медиапланеру. Необходимые личные качества. Перспективы роста.
4. Анализ рекламно-маркетинговой ситуации.
5. Составление медиа-брифа.
6. Анализ текущего положения бренда.
7. Изучение целевой аудитории.
8. Особенности медиапланирования: поведение аудитории в течение дня, сезонные

характеристики аудитории, охват аудитории в рабочее время, совместное использование нескольких медиа, реклама для высокодоходной группы, планирование для мелких и региональных рекламодателей, зависимость рекламных средств от типа рынков, особенности рекламы некоторых видов товаров, реклама товаров для детей, подростков и молодежи; реклама в прессе и наружке. Разработка медиастратегии рекламной кампании.

9. Параметры продвижения бренда.
10. Определение бюджета, выделяемого на размещение рекламы (медиасплит, медиаобсчет).
11. Тактическое медиапланирование (выбор конкретных средств распространения рекламы; период проведения кампании; формат рекламных сообщений).
12. Медиамикс для рекламной кампании. Выбор масштаба рекламной кампании.
13. Формирование календарного графика размещения рекламных сообщений (медиаплан).
14. Медиабайнг. Профессия медиабайер. Проблема приобретения места для размещения рекламы.
15. Определение процедур контроля и оценки эффективности медиа планирования.
16. Медиастатистики, описывающие медиаплан.
17. Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point) Целевой рейтинг (TRP, target rating point)
18. Охват рекламной кампании (Reach / Cover %) OTS (opportunity to see) Частота рекламного сообщения (Average Frequency) Доля голоса (share of voice, SOV)
19. Медиастатистики, описывающие аудиторию одного медиа события. Рейтинг (Rating). HUT (Households using television).
20. Доля телесмотрения (share). Индекс соответствия (Affinity index).
21. Стоимостные характеристики медиа CPT (cost per thousand) CPP (cost per point)
22. Доля рекламных затрат (share of spend, SOS) Advertising to Sales (A/S) Матрица Остроу (Joseph W. Ostrow )
23. Обзор программного обеспечения по медиапланированию. Наиболее известны следующие программные продукты: Galileo, PaloMARS, TV Planet, Super Nova, (TNS Gallup Media). Из менее известных отметим AGB WorkStation (AGB Television), PROBA-Media, CRATE, DataFriend(Comcon), OptiMedia (Клиент Сервис), Медиа-Планер (ExMedia) и др. Достоинства и недостатки.
24. Основные проблемы медиапланирования. Основные принципы отбора медианосителей. Особенности изучения теле-, радиоаудитории.
25. Технические и вербальные способы получения информации о потреблении аудиторией разных теле- и радиопередач.
26. Основные единицы измерения телеаудитории (телеметры). Аудиометры: плюсы и минусы качества полученной информации. Исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМК.
27. Российские профессиональные организации на рынке теле- и аудиометрии.
28. Реклама в прессе: особенности газетной рекламы. Преимущества и недостатки газет с точки зрения размещения рекламы.
29. Особенности рекламных объявлений в печатных СМК. Журналы, их преимущества и недостатки с точки зрения размещения рекламы.
30. Радио и телевидение как рекламоносители.
31. Возможности Интернета как рекламоносителя. Средства наружной рекламы, специфика рекламы на транспорте.
32. Директ- мейл и его специфика.
33. Методика исследований эффективности медиаплана и мероприятия по контролю эффективности его исполнения.

### **Темы для эссе, рефератов, презентаций**

1. Цели и задачи медиапланирования.

2. Медиапланирование в рекламном процессе.
3. Понятие ЖЦТ в медиапланировании, взаимосвязь.
4. Медиаисследования. Классификация медиаисследований. Понятия медиапараметров.
5. Роль социологических исследований в медиапланировании. Сегментирование аудитории в медиапланировании.
6. Понятие целевой группы в медиапланировании. Индекс соответствия, как основной параметр целевой группы.
7. Основные аудиторные показатели используемые в медиапланировании.
8. Медиапланирование по рейтингам. Основные элементы технологии.
9. Основные аудиторные показатели в медиапланировании.
10. Понятие медиастратегии. Основные виды.
11. Структура медиамикса в медиапланировании. Правила подбора СМИ для рекламной кампании.
12. Особенности каналов коммуникации с точки зрения медиапланирования. Основные характеристики параметров в СМИ.
13. Ценообразование в медиапланировании. Основные параметры.
14. Экономическая оптимизация медиаплана.
15. Основные финансовые показатели в рекламной кампании на телевидении.
16. Понятие рекламной кампании в медиапланировании. Цели, основные этапы.
17. Бюджет рекламной кампании в медиапланировании. Пути оптимизации медиаплана и бюджета.

Проблема эффективности рекламной кампании в медиапланировании.

#### ***Методические рекомендации по подготовке к защите реферата***

При подготовке к устному опросу/ защите реферата следует, прежде всего, просмотреть конспекты лекций. Если какие-то вопросы вынесены преподавателем на самостоятельное изучение, следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем.

*Оценочные материалы для творческой работы (презентаций, рефератов, докладов, сообщений)*

Творческая работа (презентации, рефераты, доклады, сообщения)

– продукт самостоятельной работы студента. Творческая работа предполагает изложение какого-либо вопроса на основе классификации, обобщения, анализа и синтеза одного или нескольких источников: создание авторской работы с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа или осуществляет редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.

Специфика творческой работы:

- не содержит развернутых доказательств, сравнений, рассуждений, оценок,
- дает ответ на вопрос, что нового, существенного содержится в тексте.

| <b>Виды творческой работы(презентации, рефераты, доклады, сообщения)</b> |                                     |
|--|-------------------------------------|
| По полноте изложения   | Информативные (рефераты-конспекты). |
|  | Индикативные (рефераты-резюме).     |
| По количеству реферируемых источников                                    | Монографические                     |
|  | Обзорные.                           |

Этапы работы над учебной творческой работой:

- 1) Выбор темы. Тема предоставляется преподавателями, а также, обучающийся

праве выбрать интересующую его тему с оригинальностью;

2) подбор и изучение источников по теме;

3) прочтение выбранных источников с последующей систематизацией всей информации согласно теме;

4) разработка плана творческой работы;

5) создание журналистского продукта;

6) проверка.

Примерная структура творческой работы традиционно состоит из трех частей: вступление, основная часть, заключение.

### ***Методические рекомендации по созданию творческой работы (презентации):***

Творческая работа представляет собой журналистский продукт, который ориентирован на создание произведения, способного удовлетворить особые общественные потребности, актуальные в данный момент.

#### **Требования :**

– содержание (степень соответствия теме, полнота изложения, наличие анализа, использование нескольких источников и т.д.);

– соответствие жанру заданного текста

– аргументированность выдвигаемого тезиса (ссылки на источники, экспертные мнения, примеры из практики)

– качество изложения материала (грамотность, стиль написания);

### ***Методические рекомендации по написанию реферата:***

*Написание рефератов и докладов.* Реферат представляет собой сокращенный пересказ содержания первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами.

Написание реферата используется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п.

Процесс написания реферата включает: выбор темы; подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их изучение; составление плана; написание текста работы и ее оформление; устное изложение реферата.

Темы рефератов должны охватывать и дискуссионные вопросы курса. В рабочей программе приведена примерная тематика рефератов. Студент вправе определить собственную тему для исследования, согласовав ее с научным руководителем.

Реферат должен включать: введение, основное содержание и заключение, Общий объем реферата предполагает 20-25 листов.

Технические требования к оформлению реферата следующие. Реферат оформляется на листах формата А4, с обязательной нумерацией страниц, причем номер страницы на первом, титульном, листе не ставится. Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20 мм. Абзацный отступ – 1,25; Рисунки должны создаваться в циклических редакторах или как рисунок Microsoft Word (сгруппированный). Таблицы выполнять табличными ячейками Microsoft Word. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль. На титульном листе реферата нужно указать: название учебного заведения, факультета, номер группы и фамилию, имя и отчество автора, тему, место и год его написания.

#### *Критерии и показатели оценивания учебной творческой работы*

### ***Критерии оценивания реферата / проекта / эссе / письменной (творческой) работы***

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если содержание письменной работы соответствует заявленной в названии тематике, документ оформлен в соответствии с общими

требованиями написания и техническими требованиями; работа имеет чёткую композицию и структуру, в тексте отсутствуют логические нарушения в представлении материала; корректно оформлены и в полном объёме представлены, как минимум, сноски и ссылки на использованную литературу; отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; письменная работа представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты некорректных заимствований.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если содержание письменной работы соответствует заявленной в названии тематике; работа оформлена в соответствии с общими требованиями написания, но есть погрешности в техническом оформлении; письменная работа имеет чёткую композицию и структуру; в тексте работы отсутствуют логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлены список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; корректно оформлены и в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу; отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; письменная работа представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты некорректных заимствований.

Оценка «удовлетворительно», если содержание письменной работы соответствует заявленной в названии тематике; в целом работа оформлена в соответствии с общими требованиями написания соответствующих текстов, но есть погрешности в техническом оформлении; в целом письменная работа имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте работы; есть единичные орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; в целом письменная работа представляет собой самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала, присутствуют единичные случаи незначительных по содержанию некорректных заимствований.

Оценка «неудовлетворительно», если содержание письменной работы соответствует заявленной в названии тематике; в работе отмечены нарушения общих требований её написания; есть погрешности в техническом оформлении; в целом письменная работа имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте письменной работы; есть частые орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; письменная работа не представляет собой самостоятельного исследования, отсутствует анализ найденного материала, текст фрагментарно представляет собой некорректные заимствования трудов другого автора (других авторов).

***Оценочные материалы для тестирования.*** Тестирование – это диагностический метод, который позволяет выявить уровень знаний, умений и навыков, а также их соответствие определенным нормам. Тест – это контрольное задание, проводимое в равных для всех обучающихся условиях, длительность и характер которого строго соотносены с объективными факторами: цели обучения и конкретного теста, характер изучаемого материала. Результаты выполнения теста поддаются количественной оценке.

Тестовые задания выполняются в форме проведения письменного тестирования, состоят из теоретических вопросов по основным темам дисциплины.

**Тестовые испытания по дисциплине:**

(контролируемые компетенции: ОПК-7; ПК-5; ПК-7)

**Ответьте на вопросы**

**1. Тактическое медиапланирование – это.....**

- a) составление медиапланов
- b) часть маркетинга, которая обеспечивает контакт целевой аудитории с рекламным сообщением
- c) составление расписаний показов рекламных материалов
- d) разработка медиарешений на каждом отдельном промежутке рекламной кампании

**2. Стратегическое медиапланирование – это.....**

- a) составление медиапланов
- b) часть маркетинга, которая обеспечивает контакт целевой аудитории с рекламным сообщением
- c) составление расписаний показов рекламных материалов
- d) разработка медиарешений на каждом отдельном промежутке рекламной кампании

**3. Медиаплан - это.....**

- a) подробный документ, регламентирующий сроки проведения рекламной кампании
- b) точное описание параметров рекламной кампании
- c) прогноз результата по платным рекламным инструментам
- d) подбор оптимальных каналов размещения рекламы и расписание показов рекламных материалов — для достижения максимальной эффективности рекламной кампании

**4. Медиабриф – это.....**

- a) краткая письменная форма, техническое задание рекламодателя (заказчика) создателю рекламной кампании
- b) данные для медиаплана, определяемые в самом начале разработки стратегии и включающие сведения о сроках и географическом регионе проведения рекламной кампании, имеющемся бюджете, целевой аудитории и др.
- c) документ, помогающий компании правильно поставить задачу по разработке рекламного сообщения или образа товара, создание рекламного продукта (ролика, плаката и т. п.)

**5. Креативный бриф – это.....**

- a) краткая письменная форма, техническое задание рекламодателя (заказчика) создателю рекламной кампании
- b) данные для медиаплана, определяемые в самом начале разработки стратегии и включающие сведения о сроках и географическом регионе проведения рекламной кампании, имеющемся бюджете, целевой аудитории и др.
- c) документ, помогающий компании правильно поставить задачу по разработке рекламного сообщения или образа товара, создание рекламного продукта (ролика, плаката и т. п.)

**Распределите перечисленные справа характеристики таким образом, чтобы они соответствовали понятиям, указанным слева:**

|                   |   |
|-------------------|---|
| Медиапланирование | Краткое конспективное изложение основных значимых характеристик предстоящей рекламной кампании (сведения о сроках и географическом регионе проведения рекламной кампании, имеющемся бюджете, целевой аудитории и др.) |
|-------------------|---|

|                |  |
|----------------|--|
| Медиаплан      | Размещение рекламного сообщения в средствах распространения рекламы, эффективность которого измеряется полнотой достижения поставленных перед рекламой целей, при минимальных расходах на размещение.  |
| Медиастратегия | Документ, который включает в себя отбор носителей для доведения рекламного обращения до целевых рынков, принятие решений о том, какие именно носители закупать и сколько тратить на каждый из них, график размещения рекламы и определение способов ее публикации. |
| Медиабриф      | Пути достижения целей медиопланирования<br>Процесс получения данных о числе, структуре Целевой аудитории, предоставляемых конкретными СМИ в определенном месте и в определенное время.   |

**Распределите перечисленные справа виды медиастратегий таким образом, чтобы они соответствовали понятиям, указанным слева:**

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Стратегия непрерывности | Интенсивность рекламной кампании постоянна и не меняется с течением времени   |
| Стратегия смешанных СМИ | Наряду с рекламой используются другие средства Маркетинговой коммуникации (PR, прямой маркетинг, мероприятия по стимулированию сбыта)   |
| Стратегия смешанных СМК | Рекламный бюджет распределяется между несколькими медианосителями, использование которых предусмотрено планом рекламной кампании  |
| Стратегия рывка         | Более высокая активность на первом этапе чередуется с периодами более низкой активности на последующих этапах рекламной кампании<br>Происходит чередование периодов рекламной активности и ее полного отсутствия. |

**1. Какой из указанных терминов относится к стоимостным характеристикам медиаплана?**

- a) Reach;
- b) CPP;
- c) GRP;
- d) Frequency

**2. Какой из терминов, указанных ниже, определяется как «сумма рейтингов, всех размещений рекламы, предусмотренных в медиаплане»**

- a) GRP;
- b) Share;

- c) Frequency;
- d) Reach

**3. Какой из терминов, указанных ниже, определяется как «стоимость 1 пункта рейтинга»:**

- a) Affinity
- b) CPP
- c) GRP
- d) Reach

**Ответьте на вопросы:**

1. Значение какого индекса  $>100$  означает, что данную группу можно считать целевой для данного издания?
2. Какой показатель соответствует стоимости 1000 контактов с рекламным сообщением?
3. Количество рекламных объявлений, которое в среднем увидит каждый человек из охваченной части целевой группы – это показатель ....
4. Сумма рейтингов всех выходов рекламных сообщений в рамках данной рекламной кампании – это показатель....
5. Какая из указанных медиастратегий при проведении рекламной кампании предполагает использование нескольких видов маркетинговых коммуникаций?
  - d) Mix communication (стратегия ИМК);
  - e) Mix-media (стратегия смешанных средств массовой коммуникации);
6. Термин, обозначающий общее количество домохозяйств смотревших телевизор в рассматриваемый период времени – это показатель ....
7. Потенциальной аудиторией телеканала называется аудитория:
  - a) Всех домохозяйств данного региона, имеющих телеприемники независимо от того включены они или нет;
  - b) Всех домохозяйств данного региона, в которых включены телеприемники;
  - c) Всех домохозяйств данного региона, смотрящая в данный момент телеприемники;
  - d) Вся целевая аудитория данной рекламы
8. Какой показатель означает «Возможность увидеть», то есть количество раз, которое данное рекламное сообщение потенциально могло быть увиденным (воспринятым)?
9. Какой показатель означает количество людей, видевших рекламу в рамках одной рекламной компании?
10. Прибор, используемый исследовательской компанией TNS, позволяющий регистрировать просмотр телевизора каждым из членов телевизионной панели, называется ....
11. Как называется часть населения, отобранная для проведения маркетингового исследования, которая должна представлять все население в целом?
12. Генеральная совокупность - это...
  - a) группа населения, из которой производится выборка респондентов для исследования и на которую распространяются данные исследования;

- b) население всей страны в целом;
- c) население отдельного региона, конкретного города;
- d) специфическая группа населения, обладающая определенными социально-демографическими параметрами

**Распределите перечисленные справа определения таким образом, чтобы они соответствовали понятиям, указанным слева:**

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Потенциальная аудитория | лица, отобранные специальным образом для проведения опроса   |
| Панель (Panel)          | все население, проживающее в тех населенных пунктах, где существует техническая возможность приема того или иного телеканала |
| Респонденты             | вид исследования, которое проходит в течение некоторого времени на неизменной выборке респондентов                           |

13. Назовите показатель, который означает процент зрителей передачи/станции среди всех смотрящих телевизор в рассматриваемый момент времени или процент слушателей станции среди всех слушающих радио в рассматриваемый момент времени.
14. Наиболее активное время телесмотра в период суток называется \_\_\_\_\_. В России, на телевидении обычно телевизионная часть дня с 19:00 до 24:00. На радио бывает утренний, дневной и пр.
15. Человек, который находится в комнате с включенным телевизором называется \_\_\_\_\_.
16. Назовите термин, обозначающий любое четко заданное подмножество аудитории, которое рекламодатель хочет охватить рекламной кампанией или станция (программа, издание) хочет привлечь и охватить определенным программным (редакционным) наполнением.
17. Какой из приведенных ниже показателей рассчитывается по формуле: =  $(\text{число контактов телезрителей с рекламой} / \text{общая численность потенциальных телезрителей}) * 100 \%$ .
- a) Rating;
  - b) Share;
  - c) Frequency;
  - d) Reach
18. Какой из приведенных ниже показателей рассчитывается по формуле: =  $(\text{число контактов телезрителей с рекламой} / \text{общая численность домохозяйств данного региона, в которых включены телеприемники}) * 100 \%$ .
- a) GRP;

- b) Frequency;
  - c) Share;
  - d) Reach
19. Какой из показателей рассчитывается по формуле:  $= \text{Frequency} * \text{Reach}$
  20. Какой из показателей рассчитывается по формуле:  $= \text{HUT} * \text{Share}$
  21. GRP может превышать 100% ?
  22. Reach может превышать 100% ?
  23. Анализ эффективности рекламы - это ...
    - a) измерение степени воздействия рекламы на потребителя до или после проведения рекламной кампании;
    - b) сумма рейтингов, рассчитанная по данной целевой аудитории;
    - c) количество слушателей/читателей/зрителей рассматриваемого носителя рекламы;
    - d) совокупность всех респондентов.

#### *Итоговая аттестация (зачет)*

Целью итоговой аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися. Итоговая аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Осуществляется в конце 8 семестра и представляет собой итоговую оценку знаний по дисциплине в виде проведения зачета. Итоговая аттестация может проводиться в устной, письменной форме, и в форме тестирования.

#### **Вопросы к зачету** (контролируемые компетенции: ОПК-7, ПК-5, ПК-7):

1. Факторы формирования стратегии медиапланирования.
2. Перевод маркетинговых задач в рекламные.
3. Стратегии планирования: стратегия целевой аудитории. Эффективная аудитория. Тактическое медиапланирование и его этапы.
4. Понятие медиа-брифа
5. Изучение поведения потребителей;
6. Мониторинг рекламной информации.
7. Факторы, определяющие состав и границы аудитории.
8. Методы изучения аудитории.
9. Параметры медиапланирования как показатели коммуникативной рекламной кампании: общие показатели и кумулятивные показатели. эффективности
10. Медиастратегии (охват/частота), паттерны охвата целевой аудитории.
11. Параметры, влияющие на структуру используемых в медиакампании СМИ.
12. Печатные СМИ
13. Он-лайн-издания в медиапланировании
14. Радио и его возможности с точки зрения медиапланирования
15. Телевидение: особенности использования в медиапланировании
16. Измерение радио- и телеаудитории
17. Наружная реклама
18. Влияние маркетинговых характеристик объекта на выбор СМИ
19. Ценообразование, тарифы и скидки на размещение рекламных материалов.

20. Понятие медиабайинга и медиаселлинга.
21. Расчет прогнозного рейтинга телеканала.
22. Ценовые параметры медиапланирования, понятие сравнительной стоимости.
23. Выбор информационного канала на основе сравнения тарифов с учетом рекламного бюджета.
24. Расчет бюджета медиапланирования: основные модели.
25. Проблема приобретения места для размещения рекламы.
26. Понятие медиапланирования.
27. Правила подбора медиа в рекламной кампании.
28. Понятие медиаплан.
29. Роль и значение медиапланирования в настоящее время.
30. Роль медиапланирования при организации и проведении кампаний в рекламе.
31. Понятие о медиаданных.
32. Классификация медиаисследований.
33. Основные теории восприятия.
34. Взаимоотношение целевой аудитории и маркетинговых характеристик в медиапланировании

***Методические рекомендации по подготовке и процедуре осуществления контроля выполнения***

Подготовка к зачету проводится последовательно и планомерно. Определяется место каждого вопроса в соответствующем разделе темы. Изучаются лекционные материалы и соответствующие разделы рекомендованных источников основной и дополнительной литературы. При этом полезно делать краткие выписки и заметки. Для обеспечения полноты ответа на вопросы и лучшего запоминания теоретического материала рекомендуется составлять план ответа на каждый вопрос. Это позволит сэкономить время для подготовки непосредственно перед зачетом за счет обращения не к литературе, а к своим записям. При подготовке необходимо выявлять наиболее сложные вопросы, с тем, чтобы обсудить их с преподавателем на консультациях. Нельзя ограничивать подготовку к зачету простым повторением изученного материала. Необходимо углубить и расширить ранее приобретенные знания за счет новых идей и положений.

*Оценивание ответа на зачете*

| 4-х бальная шкала      | показатели   | критерии  |
|------------------------|--|---|
| Отлично «5»<br>Зачтено | <p>Полное посещение аудиторных занятий</p> <p>Полнота изложения теоретического материала;</p> <p>Полнота и правильность решения практического задания;</p> <p>Правильность и/или аргументированность</p> | <p>Творческие работы (этюды и актерские отрывки, режиссерская экспликация, статья, видеорепортаж) выполнены на высоком художественном уровне с применением основных выразительных средств, которые отражают восприятие и видение поставленных задач студентом и</p> |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <p>изложения<br/>(последовательность действий)<br/>Самостоятельность ответа;<br/>Культура речи</p>  | <p>вызывают адекватную эмоциональную реакцию зрителей. Теоретическое усвоение материала отражает полное знание специфики актерского и режиссерского мастерства, понимание сущности рассматриваемых понятий, явлений и закономерностей, теорий и их взаимосвязей.</p>  |
| <p>Хорошо «4»<br/>Зачтено</p>            | <p>Полное посещение аудиторных занятий<br/>Полнота изложения теоретического материала;<br/>Полнота и правильность решения практического задания;<br/>Правильность и/или аргументированность изложения<br/>(последовательность действий)<br/>Самостоятельность ответа;<br/>Культура речи</p> | <p>В практических формах работы студента недостаточно выражается индивидуальное воплощение образа, роли, в режиссерских разработках нарушена цельность замысла и его решения, сценарный план содержит несущественные нарушения технологии производства, видеорепортаж имеет нарушения технологии производства, статья композиционно не выстроена, имеются ошибки. Обучающийся имеет достаточные навыки работы со съёмочной техникой, монтажными программами. В теоретической части подготовки демонстрирует полноту знаний, умение обобщать и делать выводы, владеет правилами культуры устной речи. Допускает негрубые нарушения правил оформления письменных работ или невыполнение части практических работ.</p> |
| <p>Удовлетворительно «3»<br/>Зачтено</p> | <p>Посещение аудиторных занятий<br/>Полнота изложения теоретического материала;<br/>Полнота и правильность решения практического задания;<br/>Правильность и/или аргументированность изложения<br/>(последовательность действий)<br/>Самостоятельность ответа;<br/>Культура речи</p>        | <p>Практические работы выполнены с нарушениями нормативных сроков и технологических требований, они маловыразительны и не вызывают художественного восприятия. В теоретических вопросах, охватив содержание всего учебного материала, студент имеет существенные пробелы в знаниях, препятствующих цельности усвоения дисциплины, выводы и обобщения аргументирует слабо, допуская в них ошибки. Испытывает затруднения в применении знаний, необходимых для решения определенных задач и при воплощении в практической деятельности.</p>   |

|   |  |  |
|---|--|--|
| <p>Неудовлетворительно<br/>«2»<br/>Не зачтено</p> | <p>Посещение аудиторных занятий<br/>Полнота изложения теоретического материала;<br/>Полнота и правильность решения практического задания;<br/>Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий)<br/>Самостоятельность ответа;<br/>Культура речи</p> | <p>Невыполнение практических заданий, неусвоение методологических основ специальности, отсутствие навыков воплощения конкретных практических задач. Неусвоение и не раскрытие основного содержания материала, отсутствие умения делать выводы и обобщения.</p> |
|---|--|--|