

**учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета
Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол № 8 от «25» апреля 2024 г.

(внесены изменения, утвержденные
ученым советом протокол № 10 от
«27» июня 2024г.)

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Медиакоммуникации»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.02 Анализ аудиторий и практик медиапотребления

Магистр

42.04.05. Медиакоммуникации

Профиль «Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и
бизнес-структурах»

Заочная форма обучения

Год набора - 2025

Барнаул, 2024 г.

Автор–составитель:

Шмаков Артём Алексеевич, к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой
медиакоммуникаций, русского языка и риторики

И.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики,
к.фил.н. Шмаков Артем Алексеевич

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	6
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	9
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	10
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	13

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.О.02 «Анализ аудиторий и практик медиапотребления» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действия	УК-1.1.	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций в сфере медиапотребления и продвижения социально значимых проектов и осуществлять поиск возможных вариантов решения проблемы с использованием системного подхода
		УК-1.2	Способен осуществлять поиск и анализ информации, требуемой для разработки стратегии действий по решению проблем
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1	Способен анализировать запросы аудиторий и практики медиапотребления в госструктурах, бизнесе и НКО
		ОПК-4.2	Способен создавать медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты с учётом данных анализа

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Трудовые функции	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК-1.1.	Знать: специфику и методы анализа аудитории, специфику различных каналов коммуникации, медиапотребления;
		Уметь: отслеживать реакцию целевой аудитории и принимать участие в обсуждении публикации, корректировать свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиториями;
		Владеть: методами изучения аудитории, медиапланирования и анализа публикаций, методами организации эффективной обратной связи, продвижения медиапродукта.

	УК-1.2	Знать: основные источники информации для анализа аудиторий и практик медиапотребления;
		Уметь: анализировать информацию из различных источников с целью дальнейшей разработки стратегии действий по решению проблем;
		Владеть: техниками и приемами анализа информации из различных источников с целью дальнейшей разработки стратегии действий по решению проблем.
	ОПК-4.1	Знать: специфику запросов аудитории разных типов (демографические и социально-экономические характеристики);
		Уметь: продвигать медиапродукт с использованием современных каналов коммуникации для аудитории различных типов;
		Владеть: навыками анализа запросов аудитории разных типов с учетом демографических и социально-экономических характеристик;
	ОПК-4.2	Знать: возможности применения имеющейся аналитики для создания медиаконтента;
		Уметь: информировать аудиторию о публикации медиатекста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов;
		Владеть: навыками создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов с учётом данных анализа.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общий объем дисциплины Б1.О.02 «Анализ аудиторий и практик медиапотребления» составляет – 2 з.е., 72 акад. Часа. Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) на заочной форме обучения составляет – 12 акад. ч., из них лекций – 4 акад. ч., практических занятий – 8 акад. ч., самостоятельная работа обучающихся – 60 акад. часа.

Дисциплина Б1.О.02 «Анализ аудиторий и практик медиапотребления» относится к базовой части и в соответствии с учебным планом осваивается на 2 курсе заочной формы обучения, после изучения с дисциплин «Основы взаимодействия со СМИ и технологии конструирования контента», «Разработка и управление медиапроектами», «Медиапланирование» и др.

3. Содержание и структура дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				К		СР
			Л/ ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ	КСР			

Тема 1	Методологические и методические основы анализа аудиторий	22	2				20	Пз
Тема 2	Специфика организации медиаизмерений	26	2	4			20	Э
Тема 3	Методы медиаметрических исследований	24		4			20	ДП
Промежуточная аттестация								За
Всего:		72	4	8			60	

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях;

ДП – доклады-презентации;

Э – эссе;

За – зачет.

Содержание дисциплины

№п/п	Наименование тем	Содержание тем
Тема 1	Методологические и методические основы анализа аудиторий	Методология маркетингового анализа аудиторий. Подходы к анализу аудиторий. Варианты медиаметрических исследований. Процедура проведения медиаизмерений. Методы исследования аудитории различных СМИ. Характеристики, фиксируемые в рамках медиаизмерений.
Тема 2	Специфика организации медиаизмерений	Главная функция медиаизмерений. Сопутствующие функции. Медиапланирование как сфера применения рейтингов. Медиаметрический анализ объективных характеристик аудитории. Количественные и качественные медиаметрические исследования.
Тема 3	Методы медиаметрических исследований	Подходы к медиаметрической информации. Основные группы пользователей медиаметрической информации. Типы медиаметрического исследования: фундаментальные, прикладные, трендовые и т.д. Техники измерения Интернет-аудитории. Сервис-системы Интернет-статистики. Характеристика показателей и средств Интернет-статистики.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.02 «Анализ аудиторий и практик медиапотребления» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Методологические и методические основы анализа аудиторий	Практическое задание
Специфика организации медиаизмерений	Эссе
Методы медиаметрических исследований	Доклад – презентация

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств): устные ответы на вопросы.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по разделу № 1 «Методологические и методические основы анализа аудиторий»

Практическое задание:

Составьте портрет потребителя медиаконтента (на выбор...) по следующим критериям: социально-демографические характеристики, образование и сфера деятельности, ценности, потребности в информации и способы ее получения, поведение при покупке и факторы влияющие на выбор контента, возможные интересы, привычки, хобби.

Типовые оценочные материалы по разделу № 2 «Специфика организации медиаизмерений»

Эссе:

Проанализируйте статью «Медиаизмерения 2020: итоги клиентской конференции Mediascore» (<https://adindex.ru/publication/reporting/2019/11/6/276839.phtml>). Выскажите свое отношение в эссе на тему «Современные исследование потребительских предпочтений и бренд-метрики онлайн».

Типовые оценочные материалы по разделу № 3 «Методы медиаметрических исследований»

Доклад-презентация:

1. Техники измерения Интернет-аудитории.
2. Сервис-системы Интернет-статистики.
3. Характеристика показателей и средств Интернет-статистики.

4.3. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
------------------------	---------------------------------	-----------------------------------	--

УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действия	УК-1.1.	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций в сфере медиапотребления и продвижения социально значимых проектов и осуществлять поиск возможных вариантов решения проблемы с использованием системного подхода
		УК-1.2	Способен осуществлять поиск и анализ информации, требуемой для разработки стратегии действий по решению проблем
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1	Способен анализировать запросы аудиторий и практики медиапотребления в госструктурах, бизнесе и НКО
		ОПК-4.2	Способен создавать медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты с учётом данных анализа

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-1.1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций в сфере медиапотребления и продвижения социально значимых проектов и осуществлять поиск возможных вариантов решения проблемы с использованием системного подхода	Владеет основами системного подхода для выявления проблем развития в сфере медиапотребления и продвижения социально значимых проектов, оценивает эффективность принятых решений
УК-1.2	Способен осуществлять поиск и анализ информации, требуемой для разработки стратегии действий по решению проблем	Умеет осуществлять поиск и анализ информации для выработки стратегии решения поставленных задач, применять системный подход
ОПК-4.1	Способен анализировать запросы аудиторий и практики медиапотребления в госструктурах, бизнесе и НКО	Знает интерпретацию данных исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп, интерпретацию данных

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
		медиапотребления, а также современные PR-технологии.
ОПК-4.2	Способен создавать медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты с учётом данных анализа	Владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты.

4.3.1 Типовые оценочные средства

Вопросы для зачета:

1. Что представляет собой медиаметрия как научно-прикладное направление деятельности? Обозначьте главный предмет медиаметрических исследований. Какие задачи ставят перед собой организации, занимающиеся проведением медиазамеров?

2. С чем связана возрастающая необходимость медиаметрических исследований в современном мире? Какие факторы влияют на особенности организации эффективного медиавоздействия?

3. Назовите основные этапы развития организации медиаизмерений в зарубежных странах.

4. Опишите, как развивалась сфера предоставления медиаметрических услуг в России. 5. Что предопределило частый и широкомасштабный характер исследований целевых аудиторий средств массовой информации? И почему рекламодатели заинтересованы в получении информации о популярности и конкурентоспособности медиаканалов?

6. В каких случаях для формирования знаний о реальной аудитории издания целесообразно использовать качественные методики медиаизмерений?

7. Какие данные позволяют предоставить заказчикам количественные исследования определенных групп медиапотребителей?

8. Какие показатели относятся к объективным характеристикам аудитории? И с какой целью проводится медиаметрический анализ объективных аудиторных характеристик? 9. Какие характеристики фиксируются в медиаизмерениях?

10. Дайте определение единичных показателей, используемых в медиаметрии.

11. Назовите стандартные формы представления результатов прикладных исследований аудитории, на основе которых можно получить информацию о характеристиках аудитории и ее информационном поведении.

12. Какие методы используют для исследования радио- и телевизионной аудитории? Каковы их достоинства и недостатки?

13. В каких случаях применяются единичные и общие показатели медиаизмерений?

14. Какие методы панельных исследований вы знаете?

15. В чем заключаются преимущества использования очных и телефонных опросов в медиаметрии?

16. Раскройте технологию исследования аудитории с помощью электронных счетчиков.

17. Для чего может быть использована информация об аудитории Интернета, полученной через анализ поисковой системы?

18. Какие методы используются при исследовании и замерах аудитории Интернета? Дайте их краткую характеристику.

19. Приведите примеры сервис-систем Интернет-статистики.

20. Какие тенденции развития измерительных технологий наблюдаются на современном рынке медиаметрических исследований? С чем связана все более растущая привлекательность Интернета для рекламодателей?

Шкала оценивания

Описание шкалы	Оценка (по 5-балльной шкале)
<p>У обучающегося сформированы уверенные знания, умения и навыки, включенные в соответствующий этап освоения компетенций, он глубоко и полно освещает теоретические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению и демонстрирует дискуссионность проблематики, а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Свободное владение материалом. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы. Обучающийся не затрудняется с ответами при видеоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач</p> <p>Ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Приемлемое умение самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества. Обучающийся твердо знает материал дисциплины, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения</p> <p>Ставится, если этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы не в полной мере. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала и в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере. Обучающийся показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, неправильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач</p>	Зачтено
<p>Ставится, если обучающийся не знает и не понимает сущности вопросов и предлагаемых задач. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по программному материалу дисциплины, обучающийся допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы в недостаточном объеме</p>	Не зачтено

Критерии оценки устного опроса

Ответ обучающегося оценивается, исходя из следующих критериев:

- полнота, четкость, информационная насыщенность ответа;
- новизна используемой информации;

– знание и исследование научных источников, нормативных актов, юридической практики.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся

Наряду с прослушиванием лекций и участием в обсуждении проблем на практических занятиях, учебный план предусматривает затрату обучающимися, как правило, большего числа часов для самостоятельной работы.

Эта работа складывается из изучения литературы, в том числе в связи с подготовкой к практическим занятиям, выполнения других заданий преподавателя.

Основным элементом этой работы является изучение основных разделов дисциплины, содержащейся в программе по этой дисциплине, с использованием записей лекций преподавателя, ведущего курс, и рекомендуемой программой (а в ряде случаев и дополнительно преподавателем) литературы – учебников и учебных пособий, монографий и статей по отдельным проблемам данной науки. Такая работа должна выполняться в той или иной степени всеми обучающимися при подготовке к практическим занятиям. Но это можно делать и по темам, которые не выносятся на практические занятия – для этого рекомендуется сразу после лекции по теме прочитать рекомендованную по ней литературу. Это поможет закреплению материала.

Приступая к изучению той или иной темы, выделяемой по предметно-систематизированному принципу, нужно по отдельности и последовательно рассмотреть каждую из частей, из которых состоит тема.

Формой самостоятельной работы может быть и подготовка доклада по теме, определяемой преподавателем или инициативно предлагаемой обучающимся и согласуемой с преподавателем. Подготовка доклада в принципе ведется подобно тому, как ведется изучение темы для работы на практическом занятии, только тема доклада всегда значительно уже темы занятия, здесь разрабатывается лишь часть выносимой на занятие проблематики, но зато рассмотрение этой части должно быть более глубоким. Поэтому нужно опираться на более широкий круг литературных источников, специально посвященных соответствующей теме.

При изучении курса, обучающиеся должны уметь пользоваться и научной литературой для самостоятельной подготовки к занятиям. Обучающиеся также должны научиться, используя различные научные источники, грамотно сформировать и подготовить свое научно обоснованное и логически непротиворечивое выступление на практическом занятии, анализировать конкретные факты общественной жизни, осуществлять прогноз относительно возможного направления анализа экономических процессов, формулировать и обосновывать свое мнение.

Без ясного понимания основных понятий образовательный процесс усложняется. Для повышения эффективности обучения необходимо использовать существующие терминологические справочники и толковые словари.

Контроль самостоятельной работы обучающегося – неотделимый, безусловно, необходимый, элемент организации и управления СР.

Моделирование самостоятельной работы обучающихся:

1. Повторение пройденного теоретического материала.
2. Установление главных вопросов темы.
3. Определение глубины и содержания знаний по теме, составление тезисов по теме.
4. Упражнения, решение задач.
5. Анализ выполняемой деятельности и ее самооценка.

6. Приобретенные умения и навыки.
7. Составление вопросов по содержанию лекции.

Руководство выполнением самостоятельной работы обучающихся:

1. Текущее собеседование и контроль.
2. Консультации.
3. Анализ, рецензирование, оценка, коррективы СР.
4. Перекрестное рецензирование.
5. Подведение итогов и т. д.

Этапы и приемы СР:

1. Подбор рекомендуемой литературы.
2. Знакомство с вопросами плана семинарского занятия и методической

разработки по данной теме.

3. Определение вопросов, по которым нужно прочитать или законспектировать литературу.

4. Составление схем, таблиц на основе текста лекций, учебника, монографии.

Комплекс средств обучения при самостоятельной работе обучающихся:

1. Методические разработки для обучающихся с основным содержанием курса.

2. Дидактический раздаточный материал.

3. Обзорный конспект лекций, вопросы лекции.

4. Сборник задач, тесты (контрольные задания) и др.

5. Методы и формы организации самостоятельной работы обучающихся.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

6.1. Основная литература

1. Хренов, Н. А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры : учебное пособие для вузов / Н. А. Хренов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 411 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14223-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543787>

2. Баранова, Е. А. Медиаменеджмент. Теория и практика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18302-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534744>

3. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542662>

4. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие для вузов / М. А. Мясникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17659-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538916>

6.2 Дополнительная литература

1. Ефанов, А. А. Общество во власти медиапроцессов: монография / А.А. Ефанов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 189 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1140665. - ISBN 978-5-16-016414-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1140665>

2. Маркина, Ю. В. Зарубежные СМИ сегодня: крупнейшие корпорации и монополистические объединения: учебное пособие / Ю.В. Маркина, В.В. Хорольский. —

Москва: ИНФРА-М, 2021. — 263 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/978375. - ISBN 978-5-16-014373-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1407379>

3. Устюжанина, Д.. А. Интернет-журналистика : учебное пособие / Д.. А. Устюжанина. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2019. - 120 с. - ISBN 978-5-7638-3995-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1816615>

4. Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций: материалы II международной научной конференции. Таганрог, 15 октября 2020 г. / отв. ред. И. В. Челышева ; Таганрогский институт им. А.П. Чехова (филиал) РГЭУ (РИНХ). – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 524 с. ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598707>

6.3. Учебно-методическое обеспечение

Использование не предполагается.

6.5. Интернет-ресурсы

1. www.urait.ru - образовательная платформа «Юрайт».
2. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотека онлайн.
3. <https://e.lanbook.com/> электронно-библиотечная система «Лань».
4. <http://www.ibooks.ru/> - ЭБС «Айбукс» – электронная библиотечная система.
5. <http://mediabitch.ru/> - независимый журнал о PR.
6. <http://www.prjournal.ru/> - Практический журнал о PR.
7. <https://www.mediasphera.ru/> - электронный журнал «Медиафера».
8. <http://mic.org.ru/> - сетевое научно-образовательное издание Медиа. Информация. Коммуникация (MIC).

6.6. Иные источники

Использование не предполагается.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для обеспечения учебного процесса по дисциплине Б1.О.02 «Анализ аудиторий и практик медиапотребления» филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для самостоятельной работы и помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Лекционные аудитории оснащены видеопроекторным оборудованием для проведения презентаций, а также средствами звуковоспроизведения; помещения для практических занятий укомплектованы учебной мебелью; библиотека располагает рабочими местами с доступом к электронным библиотечным системам и сети интернет. Все учебные аудитории оснащены компьютерным оборудованием и лицензионным программным обеспечением.