

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.02 Анализ аудиторий и практик медиапотребления

42.03.05 Медиакоммуникации

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

Заочная

Год набора – 2026

Барнаул

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Рязанов Максим Игоревич, старший преподаватель кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики Алтайского филиала РАНХиГС

Заведующий кафедрой:

Гончарова Наталья Петровна, к.соц.н., доцент, и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики Алтайского филиала РАНХиГС

Рабочая программа дисциплины Б1.О.02 Анализ аудиторий и практик медиапотребления одобрена на заседании кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики Алтайский филиал РАНХиГС

протокол № 1 от «27» августа 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

Дисциплина Б1.О.02 Анализ аудиторий и практик медиапотребления обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС <i>(при наличии)**</i>	Код компетенции **	Наименован ие Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовател ьный результат **
	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1	Вырабатывает стратегию действий, направленную на устранение рисков возникновения проблемных ситуаций	УК-1.1 Н-1. Владеет основами системного подхода для выявления проблем развития в сфере медиапотребления и продвижения социально значимых проектов, оценивает эффективность
	ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукт	ОПК-4.1	Анализирует потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или)	ОПК-4.1 Н-1 Владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты, медиапродукт

		ы, и (или) коммуникаци онные продукты		коммуникацио нные продукты	ты, коммуникац ионные продукты.
--	--	--	--	-------------------------------	--

** Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.*

*** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе*

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины составляет – 2 з.е., 72 академических

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) на заочной форме обучения составляет 12 академических часов, лекции – 4 академических часов, практические занятия – 8 академических часов, самостоятельная работа – 60 академических часов.

Дисциплина Б1.О.02 Анализ аудиторий и практик медиапотребления относится к базовой части и в соответствии с учебным планом осваивается в 3 семестре на 2 курсе, после изучения дисциплин «Основы взаимодействия со СМИ и технологии конструирования контента», «Разработка и управление медиапроектами», «Медиапланирование» и др.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов		Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
		ВСЕГО	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)							
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР			КЭ	Кат.тэк	Контроль	СРкр	СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ										
Тема 1	Методологические и методические основы анализа	22	2											20	КЗ	

	аудитори й													
Тема 2	Специфика организации медиаизмерений	26	2		4								20	Э
Тема 3	Методы медиаметрических исследований	24			4								20	Д
Промежуточная аттестация														3
Итого		72	4		8								60	

Используемые сокращения:

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

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Методологические и методические основы анализа аудиторий (УК-1, ОПК-4)

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 (УК-1, ОПК-4)

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 (УК-1, ОПК-4)

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. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.02 Анализ аудиторий и практик медиапотребления входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых

каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

правильных ответов из нескольких вариантов предложенных		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Ответ считается верным:</p> <p>1. Отсутствие фактических ошибок.</p> <p>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</p> <p>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</p> <p>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</p>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС*

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для тради- ционной системы	Для бинарной системы
	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
			B	P/ Passed
	Хорошо		C	P/ Passed
			D	P/ Passed
	Удовлетворительно		E	P/ Passed
	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100баллов	100баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

опрос, доклад

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема № 1 «Методологические и методические основы анализа аудиторий»

Контрольное 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.

Тема № 2 «Специфика организации медиаизмерений»

Эссе:

Проанализируйте статью «Медиаизмерения 2020: итоги клиентской конференции Mediascope»

(<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».

Тема № 3 «Методы медиаметрических исследований»

Темы для доклада:

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

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Тема 1

Контрольное задание:

Подготовить презентацию и выступление, защиту и анализ по теме «Что представляет собой медиаметрия как научно-прикладное направление деятельности? Обозначьте главный предмет медиаметрических исследований. Какие задачи ставят перед собой организации, занимающиеся проведением медиазамеров?»

КТ – 2.

Тема 2

Контрольное задание:

Подготовить презентацию и выступление, защиту и анализ по теме «С чем связана возрастающая необходимость медиаметрических исследований в современном мире? Какие факторы влияют на особенности организации эффективного медиавоздействия?»

КТ – 3.

Тема 3

Контрольное задание:

Подготовить презентацию и выступление, защиту и анализ по теме «Основные этапы развития организации медиаизмерений в зарубежных странах.»

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания контрольного задания:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Сбор материала	0-20	Сбор материала для выполнения задания выполнен полностью и с использованием нескольких методов
Единство стиля	0-20	Все элементы задания выполнены в едином стиле с соблюдением норм типографики
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения ответа на вопросы по выполнению задания
Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Контрольные задания по дисциплине выполняются на компьютере.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме

Зачета

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Тема 1. Методологические и методические основы анализа аудиторий (УК-1, ОПК-4)

Вопросы открытого типа:

1. Опишите основные подходы к анализу аудиторий СМИ (демографический, психографический, поведенческий). В чем их ключевые различия и задачи?
2. Что такое медиаметрические исследования и какова их роль в современной медиаиндустрии? Перечислите основные варианты таких исследований.
3. Опишите общую процедуру проведения медиаизмерений, выделив ключевые этапы от постановки цели до интерпретации результатов.
4. Какие характеристики аудитории фиксируются в рамках стандартных медиаизмерений и почему именно они важны для рекламодателей и медиакомпаний?

Вопросы закрытого типа:

1. Какой подход к анализу аудитории фокусируется на стиле жизни, ценностях и интересах?
 - а) Демографический
 - б) Психографический
 - в) Геодемографический
 - г) Поведенческий
2. Основная цель методологии маркетингового анализа аудиторий — это:
 - а) Написание художественных рецензий на медиаконтент
 - б) Получение данных для эффективного позиционирования продукта и медиапланирования
 - в) Изучение истории развития СМИ
 - г) Разработка технических стандартов вещания
3. Что из перечисленного НЕ является методом исследования аудитории?
 - а) Панельные опросы
 - б) Дневниковые методы
 - в) Пультометрия
 - г) Литературный анализ текстов

4. Какая характеристика аудитории является наиболее базовой и часто используемой в медиаизмерениях?

- а) Любимый цвет
- б) Размер домохозяйства и доход
- в) Музыкальные предпочтения
- г) Политические взгляды

Вопросы комбинированного типа:

1. Верно ли, что медиаметрические исследования нужны только телеканалам для продажи рекламы?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ:

2. Является ли рейтинг единственным важным показателем, фиксируемым в ходе медиаизмерений?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ:

Тема 2. Специфика организации медиаизмерений (УК-1, ОПК-4)

Вопросы открытого типа:

1. Раскройте содержание главной и сопутствующих функций медиаизмерений. Почему они важны для функционирования современного медиарынка?

2. Какова роль медиаизмерений и рейтингов в процессе медиапланирования? Приведите пример, как рекламодатель использует эти данные.

3. В чем заключаются ключевые различия между количественными и качественными медиаметрическими исследованиями? Какие задачи решает каждый из этих подходов?

4. Что понимается под «медиаметрическим анализом объективных характеристик аудитории» и какие именно характеристики обычно анализируются?

Вопросы закрытого типа:

1. Главная функция медиаизмерений — это:

- а) Создание развлекательного контента
- б) Формирование единой стандартизированной валюты для взаиморасчетов на медиарынке
- в) Обучение журналистов
- г) Разработка новых медиаформатов

2. Медиапланирование — это процесс:

- а) Написания сценариев для телесериалов
- б) Выбора каналов и времени для размещения рекламы на основе данных об аудитории
- в) Планирования государственного бюджета
- г) Разработки дизайна газетной полосы

3. Качественные медиаметрические исследования направлены на:

- а) Получение статистически репрезентативных данных о количестве зрителей
- б) Глубинное понимание мотивов, установок и восприятия аудитории
- в) Измерение длительности просмотра
- г) Подсчет общего охвата аудитории

4. Количественные исследования аудитории позволяют получить:

- а) Статистические данные, поддающиеся математической обработке
- б) Подробные личные истории каждого респондента
- в) Художественные образы медиапотребления
- г) Только общие впечатления от контента

Вопросы комбинированного типа:

1. Верно ли, что данные медиаизмерений используются исключительно для установления цен на рекламу?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ:

2. Является ли качественный метод исследования аудитории более точным и объективным, чем количественный?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ:

Тема 3. Методы медиаметрических исследований (УК-1, ОПК-4)

Вопросы открытого типа:

1. Опишите основные подходы к сбору и интерпретации медиаметрической информации. Какие методологические проблемы могут возникнуть при ее получении?

2. Кто являются основными группами пользователей медиаметрической информации и какие потребности у каждой из этих групп?

3. Охарактеризуйте типы медиаметрических исследований: фундаментальные, прикладные, трендовые. В чем их назначение и специфика?

4. Каковы основные техники измерения интернет-аудитории и какие показатели они позволяют получить?

Вопросы закрытого типа:

1. Фундаментальные медиаметрические исследования направлены на:
- а) Решение конкретной ситуационной задачи медиакомпаний
 - б) Изучение долгосрочных тенденций и разработку теоретических моделей медиапотребления
 - в) Ежедневное измерение рейтингов
 - г) Настройку контекстной рекламы

2. К основным пользователям медиаметрической информации НЕ относятся:

- а) Рекламодатели и медиапланеры
- б) Сами медиакомпании (телеканалы, издатели)
- в) Академическое сообщество
- г) Художники-абстракционисты

3. Что такое «трендовое исследование»?

- а) Исследование, проводящееся один раз
- б) Исследование, которое отслеживает динамику показателей во времени
- в) Исследование, ориентированное на изучение редких явлений
- г) Исследование, не имеющее практической ценности

4. Какой показатель интернет-статистики показывает среднее количество страниц, которые просматривает один пользователь за один визит на сайт?

- а) Хиты
- б) Показатель отказов (Bounce Rate)
- в) Глубина просмотра
- г) Уникальные посетители

Вопросы комбинированного типа:

1. Верно ли, что данные сервисов интернет-статистики (таких как Яндекс.Метрика или Google Analytics) полностью отражают всю картину медиапотребления в интернете?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ:

2. Являются ли прикладные медиаметрические исследования менее ценными по сравнению с фундаментальными?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС*.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<p>У обучающегося сформированы уверенные знания, умения и навыки, включенные в соответствующий этап освоения компетенций, он глубоко и полно освещает теоретические, методологические 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. Достаточный уровень знакомства со специальной научной литературой. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы. Обучающийся не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.</p>	40
<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>	30-39
<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>	20-29

*БРС при изучении дисциплины не применяется

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.	0-19
---	------

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Не требуется.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

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:

Повторение пройденного теоретического материала.

Установление главных вопросов темы.

Определение глубины и содержания знаний по теме, составление тезисов по теме.

Упражнения, решение задач.

Анализ выполняемой деятельности и ее самооценка.

Приобретенные умения и навыки.

Составление вопросов по содержанию лекции.

Руководство выполнением самостоятельной работы обучающихся:

Текущее собеседование и контроль.

Консультации.

Анализ, рецензирование, оценка, коррективы СР.

Перекрестное рецензирование.

Подведение итогов и т. д.

Этапы и приемы СР:

Подбор рекомендуемой литературы.

Знакомство с вопросами плана семинарского занятия и методической разработки по данной теме.

Определение вопросов, по которым нужно прочитать или законспектировать литературу.

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

Комплекс средств обучения при самостоятельной работе обучающихся:

Методические разработки для обучающихся с основным содержанием курса.

Дидактический раздаточный материал.

Обзорный конспект лекций, вопросы лекции.
Сборник задач, тесты (контрольные задания) и др.
Методы и формы организации самостоятельной работы обучающихся.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. 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>

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>

8.2. 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>

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>

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Использование не предполагается.

8.4 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 «Медиасфера».
8. <http://mic.org.ru/> - сетевое научно-образовательное издание Медиа. Информация. Коммуникация (MIC).

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

Алтайский филиал РАНХиГС имеет комплексное современное материально-техническое оснащение, призванное поддерживать разные форматы обучения и позволяющее кардинально трансформировать учебный процесс, выходя далеко за пределы традиционной лекционной модели. Филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, лабораторных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещениями для самостоятельной работы студентов, а также специализированными помещениями, такими как:

- электронный зал для самостоятельной работы;
- компьютерный класс.

Оснащение учебных аудиторий и иных помещений в Алтайском филиале РАНХиГС представлено современными технологиями и оборудованием, включая интерактивные панели и доски, системы видеоконференцсвязи, звуковое оборудование и высокоскоростной Wi-Fi, проекторы или ЖК-панели, а также удобную и эргономичную мебель. Все учебные аудитории оснащены компьютерным оборудованием и лицензионным программным обеспечением. При реализации дисциплины Б1.О.02 «Анализ аудиторий и практик медиапотребления» используются следующее программное обеспечение и информационно-справочные системы:

- Microsoft Office;
- Microsoft Windows.