

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.О.11 «Медиапланирование»**

Уровень образования: бакалавриат

Специальность: 42.04.05 Медиакоммуникации

Специализация: Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах

форма обучения: заочная

Год набора – 2026

Барнаул

**Авторы составители:** к.фил.н., доцент кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики А.А. Шмаков

**Заведующий кафедрой:**

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

Рабочая программа дисциплины Б1.О.11 «Медиапланирование» рассмотрена и одобрена на заседании кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики

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 программы**

1.1. Дисциплина Б1.О.11 «Медиапланирование» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<b>ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код индикатора достижения компетенций</b>	<b>Наименование индикатора достижения компетенций</b>	<b>Образовательный результат</b>
	УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1	Оценивает ресурсы и определяет способы управления проектом с учетом последовательности и этапов его жизненного цикла	УК-2.1 З-1. Знает принципы формирования концепции проекта в рамках обозначенной проблемы и основные требования, предъявляемые к проектной работе, а также критерии оценки результатов проектной деятельности УК-2.1 У-1. Умеет разрабатывать проект с учетом ограниченных ресурсов и применять оптимальные способы управления проектом в государственном секторе, бизнесе и НКО на всех этапах его жизненного цикла. УК-2.1 Н-1 Владеет навыками составления плана-графика реализации проекта в целом и плана-контроля его выполнения, а также конструктивного преодоления возникающих проблемных ситуаций.

	ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1	Оценивает и прогнозирует возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7. 3-1 Знает принципы социальной ответственности; ОПК-7. 3-2 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7. Н-1 Владеет навыками составления медиапланов, выбора медианосителей для трансляции медиаинформации ОПК-7. Н-2 Владеет навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиа сфере на основе принципов социальной ответственности.
--	-------	---	---------	--	---

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общий объем дисциплины составляет – 3 з.е., 108 академических часов.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) на заочной форме обучения составляет 56 академических часов, из них лекции – 6 академических часов, практические занятия – 12 академических часов, консультаций – 2 академических часа, контроль – 36 академических часов, и на самостоятельную работу обучающихся количество астрономических и соответствующих им академических часов составляет – 52 академических часа.

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.О.11 «Медиапланирование» относится к базовой части и в соответствии с учебным планом осваивается в 1 и 2 семестрах на 1 курсе на заочной форме обучения.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Структура дисциплины

##### Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			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	Каттэк	Контроль	СРкр	СРэк		СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1.	Современное медиапланирование в России	24	2			4								18	Доклады-презентации, опрос
Тема 2.	Процесс медиапланирования	23	2			4								17	Доклады-презентации
Тема 3.	Медиаисследования в медиапланировании	23	2			4								17	Доклады-презентации, опрос
Промежуточная аттестация		36													экзамен
Итого		108	6			12				2		36	52		

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

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

### **3. Содержание и структура дисциплины**

#### **Тема 1. Современное медиапланирование в России, УК-2.1, ОПК-7.1**

Понятия «медиапланирование», «рекламный носитель», «подходы медиапланирования». История медиапланирования. Место и роль медиапланирования в рекламе. Мировые и отечественные тенденции развития медиапланирования.

#### **Тема 2. Процесс медиапланирования, УК-2.1, ОПК-7.1**

Стратегический анализ и стратегическое планирование для медиапланирования. Характеристики товара/услуги для медиапланирования. Характеристики целевой аудитории для медиапланирования. Характеристики целевого рынка для медиапланирования.

#### **Тема 3. Медиаисследования в медиапланировании, УК-2.1, ОПК-7.1**

Изучение исходных данных. Медиаобсчет. Тестирование медиаплана. Современный рынок медиаисследований. Виды исследований. Исследования аудитории различных СМИ. Проблемы медиаисследований

### **4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания**

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.11 «Медиапланирование» в коммуникационных стратегиях» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют 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 вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	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	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 правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление	Прочитайте текст и установите	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается	Ответ считается верным, если правильно указана вся

последовательности	последовательность	<p>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>	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> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>
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<sup>1</sup>

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	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	100 баллов	100 баллов

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

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.11 «Медиапланирование» в коммуникационных стратегиях» используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам): практическое задание.

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

### Типовые оценочные материалы по теме 1. Современное медиапланирование в России, УК-2.1, ОПК-7.1

*Типовые темы докладов-презентаций:*

1. История медиапланирования.
2. Мировые тенденции развития медиапланирования.
3. Отечественные тенденции развития медиапланирования.

*Типовые вопросы устного опроса:*

1. Понятия «медиапланирование», «рекламный носитель», «подходы медиапланирования».

<sup>1</sup> БРС при изучении данной дисциплины не применяется.

## 2. Место и роль медиапланирования в рекламе.

### Типовые оценочные материалы по теме 2. Процесс медиапланирования, УК-2.1, ОПК-7.1

*Типовые вопросы устного опроса:*

1. Стратегический анализ и стратегическое планирование для медиапланирования.
2. Характеристики товара/услуги для медиапланирования.
3. Характеристики целевой аудитории для медиапланирования.
4. Характеристики целевого рынка для медиапланирования.

### Типовые оценочные материалы по теме 3. Медиаисследования в медиапланировании, УК-2.1, ОПК-7.1

*Типовые темы докладов-презентаций и устного опроса:*

1. Изучение исходных данных.
2. Медиаобсчет.
3. Тестирование медиаплана.
4. Современный рынок медиаисследований.
5. Виды исследований.
6. Исследования аудитории различных СМИ.
7. Проблемы медиаисследований

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 обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,3	30
КТ 2	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

Задание 1. Анализ аудитории медиаканала. Выберите любое российское онлайн-издание или телевизионный канал (например, телеканал «Первый», портал

«Яндекс.Новости»). Используя доступные базы данных и аналитические сервисы (такие как Mediascope, Brand Analytics, ComScore):

- Определите целевую аудиторию выбранного издания / телеканала.
- Составьте подробный портрет аудитории (демографические показатели, социально-экономический статус, интересы, потребительские привычки).
- Объясните, почему эта информация полезна для планирования рекламной кампании.

**Задание 2. Оценка конкурентоспособности медиаканалов.** Возьмите три популярных российских портала новостей (например, Lenta.ru, РБК, ТАСС). Проанализируйте ключевые метрики этих ресурсов:

- Охват аудитории (unique visitors, page views)
- Продолжительность сессии пользователей
- Уровень вовлеченности (количество комментариев, репостов)
- Источники трафика (органический поиск, социальные сети, прямые заходы)

Сделайте выводы о привлекательности этих платформ для размещения рекламы определённого продукта (например, автомобиль премиум-класса или бытовая техника эконом-класса).

## КТ-2

**Задание 1. Создание медиаплана.** Вам предстоит создать медиаплан для запуска нового туристического направления (например, туры в Узбекистан). Продукт нацелен на туристов среднего возраста, интересующихся культурным отдыхом и приключениями.

Используя медиа-исследование аудитории, выберите оптимальные каналы продвижения (цифровые, телевидение, наружная реклама, PR-кампании). Обоснуйте выбор каждого инструмента, учитывая бюджет, охват и профиль аудитории.

**Задание 2. Оценка результатов рекламной кампании.** Проведите ретроспективный анализ эффективности проведённой рекламной кампании российского бренда (например, МТС, Сбербанк, Avito). Для этого соберите следующую информацию:

К каким каналам распространения были привлечены средства?

Какими показателями измерялась успешность кампании (доля охвата, количество кликов, конверсия)?

Была ли достигнута запланированная цель (увеличение продаж, узнаваемость бренда)?

Сделайте вывод о целесообразности выбранных инструментов и предложите рекомендации по улучшению следующей кампании.

### Критерии оценивания ответов в рамках текущей аттестации

Критерии	Баллы
Ответ на вопросы дан полностью, ответ верный, ответ дан с использованием содержания философских категорий, обучающийся точно использует философскую терминологию, ответ изложен последовательно, ответ развернутый, аргументированный.	3
Ответ дан полностью, ответ верный, ответ дан с использованием содержания философских категорий, обучающийся точно использует	2,5

философскую терминологию, но ответ изложен непоследовательно, ответ односложный, неаргументированный, сформированы умения квалифицированно толковать философские категории.	
Ответ дан полностью, ответ верный, ответ дан с использованием содержания философских категорий, обучающийся использует философскую терминологию, но ответ изложен непоследовательно, ответ односложный, неаргументированный, не использованы умения квалифицированно толковать философские категории.	2
Ответ дан полностью, ответ верный, ответ дан с использованием содержания философских категорий, обучающийся не до конца использует философскую терминологию, но ответ изложен непоследовательно, ответ односложный, неаргументированный, не использованы все философские понятия, умения квалифицированно толковать философские категории не достаточно сформированы.	1,5
Ответ дан не полностью либо ответ частично верный, ответ дан с использованием философских категорий, но изложен непоследовательно, ответ односложный, неаргументированный, обучающийся испытывает трудности с толкованием философских понятий.	0,5
Ответ неверный либо ответ отсутствует, обучающийся не умеет толковать философские категории.	0

### Критерии оценивания ответов на опросы

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Полнота выполнения задания	0-25	задание выполнено полностью с соответствие с формулировкой
аргументированность	0-25	дан аргументированный ответ
Знание теории вопроса	0-25	продемонстрировано владение теорией вопроса
Наличие ошибок	0-25	ошибки отсутствуют
Итого максимально:	100	

### Критерии оценивания практических заданий

1. правильное использование терминологии и конструкций, раскрытие основных признаков и характерных черт понятий, явлений, процессов;
2. полнота и лаконичность ответа, даваемого в устной или письменной форме; четкость аргументации;
3. степень использования научной и учебной литературы;
4. логика и аргументированность изложения;
5. корректное приведение примеров, аналогий, сравнений.

### Критерии оценивания практических заданий

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Полнота выполнения задания	0-25	задание выполнено полностью с соответствие с формулировкой
аргументированность	0-25	дан аргументированный ответ
Знание теории вопроса	0-25	продемонстрировано владение теорией вопроса
Наличие ошибок	0-25	ошибки отсутствуют

Итого максимально:	100	
--------------------	-----	--

### Критерии оценивания тестовых заданий

Диапазон баллов	Описание критерия	
85-100	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
65-84	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
55-64	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0-54	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

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

6.1. Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в виде письменного экзамена.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые вопросы для промежуточной аттестации (экзамена):

1. Цели и задачи медиапланирования.
2. Методы исследования аудитории прессы.
3. Методы исследования аудитории телевидения.
4. Методы исследования аудитории радио.
5. Характеристика основных субъектов рынка рекламы в СМИ
6. Значение показателя «охват аудитории».
7. Ценообразование на рекламное время в СМИ.
8. Понятие целевой аудитории.
9. Описание целевой аудитории.
10. Структура медиаплана.
11. Методы формирования рекламного бюджета.
12. Оценка рекламной деятельности конкурентов.
13. Методы определения рекламного бюджета.
14. Показатель «индекс соответствия», его значение и практическое применение.
15. Выбор рекламных носителей.
16. Оптимизация медиаплана.
17. Виды охватов при рекламе новых товаров.
18. Виды охватов при рекламе существующих охватов.
19. Теории эффективной частоты.
20. Понятие медиастратегии.

### Критерии и шкала оценивания на основе БРС

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы,	40

достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	30-39
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	20-29
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-19

## 7. Методические материалы по освоению дисциплины

### *Методические рекомендации по организации самостоятельной работы*

При самостоятельной работе по подготовке к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с темой и списком вопросов по теме. Повторить лекционный материал по теме, отметить «проблемные» точки. Определить необходимую литературу из рекомендованной к курсу, так же, можно воспользоваться интернет – ресурсами и справочно-информационными системами. Сформировать тезисный список ответов на вопросы, со своими замечаниями и комментариями. обучающийся должен быть готов ответить на поставленные вопросы, аргументировать свой вариант ответа, ответить на дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя.

### *Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям*



Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, определившись с проблемой, привлекающей наибольшее внимание, следует обратиться к рекомендуемой литературе. В занятии участвует вся группа, а потому задание к практическому занятию распределяется на весь коллектив. Задание должно быть охвачено полностью и рекомендованная литература должна быть освоена группой в полном объёме.

Для полноценной подготовки к практическому занятию чтения учебника крайне недостаточно – в учебных пособиях излагаются только принципиальные основы, в то время как в монографиях и статьях на ту или иную тему поднимаемый вопрос рассматривается с разных ракурсов или ракурса одного, но в любом случае достаточно подробно и глубоко. Для того чтобы сориентироваться в сути задания, сначала следует ознакомиться с соответствующим текстом учебника – вне зависимости от того, предусмотрена ли лекция в дополнение к данному занятию или нет. Оценив задание, выбрав тот или иной сюжет, и подобрав соответствующую литературу, можно приступать к подготовке к занятию.

Работа над литературой состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы.

Если программа занятия предусматривает работу с источником, то этой стороне подготовки к занятию следует уделить пристальное внимание. В сущности, разбор источника не отличается от работы с литературой – то же чтение, конспектирование, обобщение. Тщательная подготовка к практическим занятиям, как и к лекциям, имеет определяющее значение: занятие пройдёт так, как аудитория подготовилась к его проведению.

Готовясь к практическим занятиям, следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями, и др.

По окончании практического занятия к нему следует обратиться ещё раз, повторив выводы, сконструированные на занятии, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе – для этого в течение занятия следует делать небольшие пометки.

## **8 Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

### **8.1. Основная литература**

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19127-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555988>
2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535942>
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19800-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557155>.
4. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533064>

5. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19115-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555976>

## **8.2. Дополнительная литература**

1. GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 438 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14000-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467457>

2. Жилавская, И. В. Виды медиа: типология и история : учебное пособие / И. В. Жилавская, К. К. Онучина. — Москва : Московский педагогический государственный университет, 2020. — 208 с. — ISBN 978-5-4263-0894-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/105892.html>

3. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470555>

4. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. — 424 с. — ISBN 978-5-7598-2025-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/101578.html>

5. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473234>.

## **8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация**

Использование не предполагается.

## **8.4. Интернет-ресурсы**

Использование не предполагается.

## **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, электронный зал для научно-исследовательской работы, компьютерный класс, видеостудия, аудитория для проведения тренингов.

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.11 «Медиапланирование» используется следующее программное обеспечение и информационно-справочные системы: «Microsoft Office», «Р7-офис».