

**Автономная некоммерческая организация высшего  
образования  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

---

Рабочая программа дисциплины

**Принципы продвижения СМИ в сети Интернет**

<i>Направление подготовки</i>	Филология
<i>Код</i>	45.03.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Отечественная филология (русский язык и литература)
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва  
2022

**1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы**

<b>Группа компетенций</b>	<b>Категория компетенций</b>	<b>Код</b>
Универсальные	Системное и критическое мышление. Разработка и реализация проектов, Командная работа и лидерство	УК-1, УК-2, УК-3
Профессиональные		ПК-4 ПК-6

**2. Компетенции и индикаторы их достижения**

<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции</b>
<b>УК-1</b>	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи УК-1.2 Выбирает ресурсы для поиска информации необходимой для решения поставленной задачи
<b>УК-2</b>	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Участвует в разработке проекта, определении его конечной цели, исходя из действующих правовых норм УК-2.2 Решает поставленную перед ним подцель проекта, через формулирование конкретных задач. УК-2.5 Владеет навыками работы оформления документации, публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта или проекта в целом
<b>УК-3</b>	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Выстраивает социальный диалог с учетом основных закономерностей межличностного взаимодействия.
<b>ПК-4</b>	владением навыками участия в научных дискуссиях, выступления с сообщениями и докладами, устного, письменного и	ПК 4.1. Знает основы ведения научной дискуссии и формы устного научного высказывания. ПК 4.2. Ведет корректную дискуссию в области филологии, задает вопросы и отвечает на поставленные вопросы по теме научной работы.

	виртуального (размещение в информационных сетях) представления материалов собственных исследований	ПК 4.3. Участвует в научных студенческих конференциях, очных, виртуальных, заочных обсуждениях научных проблем в области филологии.
<b>ПК-6</b>	владением базовыми навыками создания на основе стандартных методик и действующих нормативов различных типов текстов	ПК-6.1. Знает основные принципы сбора материала и написания критических текстов разных жанров ПК-6.2. Имеет представление о жанрах и направлениях в истории литературы и литературной критики.

### 3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

#### 3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

<b>Дескрипторы по дисциплине</b>	<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>
	<b>УК- 1НЗ</b>	<b>УК-1 НУ</b>	<b>УК-1 НН</b>
<b>Дескрипторы по дисциплине</b>	<b>Знать</b> -использовать возможности сервисов сети Internet для продвижения туристических объектов и объектов гостиничного сектора;	<b>Уметь</b> создавать сайты и видеоролики для размещения в сети Internet;	<b>Владеть</b> использовать различные методы и способы продвижения туристических сайтов в сети Internet.
	<b>УК- 2НЗ</b>	<b>УК-2 НУ</b>	<b>УК-2 НН</b>
<b>Дескрипторы по дисциплине</b>	<b>Знать</b> методику проведения экскурсии; -организацию деятельности экскурсионного учреждения, должностные обязанности экскурсовода	<b>Уметь</b> адаптировать имеющуюся методику проведения экскурсии с учетом современных требований; организовывать экскурсионную деятельность с использованием новых подходов и методов ее	<b>Владеть</b> разработке экскурсий и их проведению, а также внедрению инновационных технологий в экскурсионную деятельность

		проведения; -применять полученные знания при создании экскурсионного продукта, с учетом потребительского спроса	
<b>Код индикатора достижения компетенции</b>	<b>УК- 3НЗ</b>	<b>УК-3 НУ</b>	<b>УК-3 НН</b>
	-основы психологии общения;	-выстраивать грамотную, информационно насыщенную речь;	- работы с различными типами аудиторий.
<b>Код индикатора достижения компетенции</b>	<b>ПК- 4НЗ</b>	<b>ПК-4 НУ</b>	<b>ПК-4 НН</b>
	- Знает основы ведения научной дискуссии и формы устного научного высказывания.	Ведет корректную дискуссию в области филологии, задает вопросы и отвечает на поставленные вопросы по теме научной работы.	Участвует в научных студенческих конференциях, очных, виртуальных, заочных обсуждениях научных проблем в области филологии.
<b>Код индикатора достижения компетенции</b>	<b>ПК-6 НЗ</b>	<b>ПК-6НУ</b>	<b>ПК-6НН</b>
	- Знает основы ведения научной дискуссии и формы устного научного высказывания.	Ведет корректную дискуссию в области филологии, задает вопросы и отвечает на поставленные вопросы по теме научной работы.	Участвует в научных студенческих конференциях, очных, виртуальных, заочных обсуждениях научных проблем в области филологии.

#### 4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП. Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Web-дизайн», «Основы верстки и макетирования».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: прикладная.

Профиль (направленность) программы установлена путем ее ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Отечественная филология (русский язык и литература).

## 5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формы обучения</i>
	<i>Очная</i>
<b>Общая трудоемкость:</b> зачетные единицы/часы	3/108
<b>Контактная работа:</b>	
Занятия лекционного типа	18
Занятия семинарского типа	36
Промежуточная аттестация: зачет с оценкой	0,15
<b>Самостоятельная работа (СРС)</b>	53,85

## 6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

### 6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

#### 6.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		<i>Лекции</i>	<i>Иные учебные занятия</i>	<i>Практические занятия</i>	<i>Семинары</i>	<i>Лабораторные работы</i>	<i>Иные</i>	
1.	Введение. Проблемный подход в изучении коммуникационных и социальных технологий.	2		4				6
2.	Телевидение на рынке СМИ.	2		4				6
3.	Понятие телевизионного продукта.	2		4				6
4.	Продвижение как элемент маркетинга СМИ	2		4				6
5.	Планирование	2		4				6

	продвижения							
6.	Экономическая эффективность продвижения.	3		4				6
7.	Коммуникационная эффективность продвижения.	3		4				6
8.	Психологическая эффективность продвижения	2		4				6
9.	Социальная эффективность продвижения	2		4				5,85
	Промежуточная аттестация	0,15						
	Итого	18		36				53,85

## 6.1 Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

### 6.2.1 Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Введение. Проблемный подход в изучении коммуникационных и социальных технологий.	Введение. Проблемный подход в изучении коммуникационных и социальных технологий. Проблема в логике научного исследования.
2.	Телевидение на рынке СМИ.	Телевидение на рынке СМИ. Технологии распространения телесигнала: эфирное наземное ТВ, кабельное ТВ, спутниковое ТВ, интернет-вещание. Модели организации телеиндустрии: коммерческое, общественное, государственное ТВ, смешанная модель. Экономические особенности телевидения. Телевизионная компания: производство, трансляция, вещание -Программная концепция
3.	Понятие телевизионного продукта.	Понятие телевизионного продукта. Разновидности телевизионного продукта. Вывод на рынок нового телевизионного продукта. Распространение телевизионного продукта в телесети. Методы исследования потребительской аудитории. Маркетинговая деятельность телекомпании.
4.	Продвижение как элемент маркетинга СМИ	Продвижение как элемент маркетинга СМИ. Использование рекламы и связей с общественностью в продвижении телевизионного продукта.
5.	Планирование продвижения	Планирование продвижения телевизионного продукта. Система маркетинговых коммуникаций. Этапы планирования рекламной кампании: анализ рыночной ситуации, маркетинговые исследования; постановка

		цели и определение бюджета; выбор целевой аудитории и методов воздействия на нее; позиционирование товара или услуги. Этапы проведения рекламной кампании: выбор рекламного агентства, проведение тендера, написание креативного брифа; разработка творческой идеи и ее тестирование; создание плана интегрированных маркетинговых коммуникаций: СМИ и тактика работы с ними. Анализ проведенной рекламной кампании с целью повышения эффективности дальнейшего взаимодействия.
6.	Экономическая эффективность продвижения.	Экономическая эффективность продвижения. Маркетинговая и экономическая функции рекламы. Источники дохода телевизионных каналов. Структура затрат на производство и пути их снижения телекомпаниями. Показатели экономической эффективности: чистый доход, индексы доходности затрат и инвестиций, срок окупаемости. Проблемное поле экономической эффективности телевизионного продукта.
7.	Коммуникационная эффективность продвижения.	Коммуникационная эффективность продвижения. Качественные и количественные показатели коммуникационной эффективности. Распознаваемость. Запоминаемость. Притягательность. Агитационная сила. Рейтинг. Доля охвата аудитории. Проблемное поле коммуникационной эффективности телевизионного продукта.
8.	Психологическая эффективность продвижения	Психологическая эффективность продвижения. Психологические особенности внимания, восприятия, памяти и их учет в рекламном продукте. Наблюдение, эксперимент, опрос - методы изучения психологической эффективности рекламной кампании. Проблемное поле психологической эффективности телевизионного продукта.
9.	Социальная эффективность продвижения	Социальная эффективность продвижения. Социальная функция рекламы - влияние на социализацию, содействие прогрессу, воздействие на интеграцию общества, воздействие на дифференциацию общества. Проблемное поле социальной эффективности телевизионного продукта.

#### 6.2.2 Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Введение. Проблемный подход в изучении коммуникационных и социальных технологий.	Коммуникационное воздействие маркетинговых и социальных технологий Система средств массовой коммуникации и медиаэкономика в информационном обществе Прикладные модели рекламных коммуникаций
2.	Телевидение на рынке СМИ.	Рекламный бизнес в медиаэкономике Закономерности формирования информационного

		рынка Национальные особенности и общие тенденции рекламного бизнеса в медиаэкономике
3.	Понятие телевизионного продукта.	Формирование спроса в медиамаркетинге Экономические особенности телевидения Телевизионный рейтинг как показатель эффективности деятельности телеканала
4.	Продвижение как элемент маркетинга СМИ	Пути и формы продвижения телевизионного продукта Связи с общественностью в продвижении СМИ Реклама в продвижении СМИ
5.	Планирование продвижения	Этапы рекламной кампании Интегрированные маркетинговые коммуникации в продвижении телевизионного продукта Организация тестирования рекламы на разных этапах
6.	Экономическая эффективность продвижения.	Оценка экономической эффективности продвижения телевизионного продукта Показатели экономической эффективности продвижения Статистические методы определения экономической эффективности продвижения
7.	Коммуникационная эффективность продвижения.	Оценка коммуникационной эффективности продвижения телевизионного продукта Критерии коммуникационной эффективности продвижения Опрос как метод определения коммуникационной эффективности продвижения
8.	Психологическая эффективность продвижения	Оценка психологической эффективности продвижения телевизионного продукта критерии психологической эффективности продвижения Эксперимент как метод определения психологической эффективности продвижения
9	Социальная эффективность продвижения	Оценка социальной эффективности продвижения телевизионного продукта критерии социальной эффективности продвижения Экспертная оценка как метод определения социальной эффективности

### 6.2.3 Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Введение. Проблемный подход в изучении коммуникационных и социальных технологий.	Введение. Проблемный подход в изучении коммуникационных и социальных технологий. Проблема в логике научного исследования.
2.	Телевидение на рынке СМИ.	Телевидение на рынке СМИ. Технологии распространения телесигнала: эфирное наземное ТВ, кабельное ТВ, спутниковое ТВ, интернет-вещание. Модели организации телеиндустрии: коммерческое, общественное, государственное ТВ, смешанная модель. Экономические особенности телевидения. Телевизионная компания: производство, трансляция, вещание -Программная концепция
3.	Понятие телевизионного	Понятие телевизионного продукта. Разновидности



	продукта.	телевизионного продукта. Вывод на рынок нового телевизионного продукта. Распространение телевизионного продукта в телесети. Методы исследования потребительской аудитории. Маркетинговая деятельность телекомпаний.
4.	Продвижение как элемент маркетинга СМИ	Продвижение как элемент маркетинга СМИ. Использование рекламы и связей с общественностью в продвижении телевизионного продукта.
5.	Планирование продвижения	Планирование продвижения телевизионного продукта. Система маркетинговых коммуникаций. Этапы планирования рекламной кампании: анализ рыночной ситуации, маркетинговые исследования; постановка цели и определение бюджета; выбор целевой аудитории и методов воздействия на нее; позиционирование товара или услуги. Этапы проведения рекламной кампании: выбор рекламного агентства, проведение тендера, написание креативного брифа; разработка творческой идеи и ее тестирование; создание плана интегрированных маркетинговых коммуникаций: СМИ и тактика работы с ними. Анализ проведенной рекламной кампании с целью повышения эффективности дальнейшего взаимодействия.
6.	Экономическая эффективность продвижения.	Экономическая эффективность продвижения. Маркетинговая и экономическая функции рекламы. Источники дохода телевизионных каналов. Структура затрат на производство и пути их снижения телекомпаниями. Показатели экономической эффективности: чистый доход, индексы доходности затрат и инвестиций, срок окупаемости. Проблемное поле экономической эффективности телевизионного продукта.
7.	Коммуникационная эффективность продвижения.	Коммуникационная эффективность продвижения. Качественные и количественные показатели коммуникационной эффективности. Распознаваемость. Запоминаемость. Притягательность. Агитационная сила. Рейтинг. Доля охвата аудитории. Проблемное поле коммуникационной эффективности телевизионного продукта.
8.	Психологическая эффективность продвижения	Психологическая эффективность продвижения. Психологические особенности внимания, восприятия, памяти и их учет в рекламном продукте. Наблюдение, эксперимент, опрос - методы изучения психологической эффективности рекламной кампании. Проблемное поле психологической эффективности телевизионного продукта.
9.	Социальная эффективность продвижения	Социальная эффективность продвижения. Социальная функция рекламы - влияние на социализацию, содействие прогрессу, воздействие на интеграцию общества, воздействие на дифференциацию общества. Проблемное поле социальной эффективности телевизионного продукта.

**1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации**

### ***обучающихся по дисциплине (модулю)***

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

#### ***7.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)***

<b>№ п/п</b>	<b>Контролируемые разделы (темы)</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>
1.	Введение. Проблемный подход в изучении коммуникационных и социальных технологий.	Проблемно-аналитическое задание
2.	Телевидение на рынке СМИ.	Проблемно-аналитическое задание
3.	Понятие телевизионного продукта.	Проблемно-аналитическое задание
4.	Продвижение как элемент маркетинга СМИ	Проблемно-аналитическое задание
5.	Планирование продвижения	Проблемно-аналитическое задание
6.	Экономическая эффективность продвижения.	Проблемно-аналитическое задание
7.	Коммуникационная эффективность продвижения.	Проблемно-аналитическое задание
8.	Психологическая эффективность продвижения	Проблемно-аналитическое задание
9.	Социальная эффективность продвижения	Проблемно-аналитическое задание

**7.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля**

#### **Проблемно-аналитические задания**

Тема 1. Введение. Проблемный подход в изучении коммуникационных и социальных

технологий. коллоквиум , примерные вопросы: На основе мониторинга сайтов телевизионных каналов дать сравнительную характеристику информационной политики 2-3 каналов

Тема 2. Телевидение на рынке СМИ. коллоквиум , примерные вопросы: На основе медиаисследования дать характеристику маркетинговой политики одного из телеканалов.

Тема 3. Понятие телевизионного продукта. Творческое задание, примерные вопросы: Разработать концепцию нового телевизионного продукта и его позиционирование

Тема 4. Продвижение как элемент маркетинга СМИ. творческое задание , примерные вопросы: Разработать концепцию продвижения нового телевизионного продукта.

Тема 5. Планирование продвижения письменная работа, примерные вопросы: Разработать программу продвижения нового телевизионного продукта.

Тема 6. Экономическая эффективность продвижения. отчет , примерные вопросы: Провести медиаисследование по оценке эфирного охвата аудитории для разработанной программы продвижения.

Тема 7. Коммуникационная эффективность продвижения. отчет , примерные вопросы: Провести медиаисследование по оценке уровня осведомленности телезрителей о телевизионном продукте.

Тема 8. Психологическая эффективность продвижения отчет , примерные вопросы: Провести медиаисследование по оценке отношения телезрителей к телевизионным продуктам.

Тема 9. Социальная эффективность продвижения отчет , примерные вопросы: Дать оценку степени соответствия 2-3 рекламных продуктов социальным нормам, ценностям, образу жизни конкретной аудитории.

### **7.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция);

2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

#### **1. Требование к теоретическому устному ответу**

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

*Критерии оценивания:* последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только

основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

## **2. Творческие задания**

*Эссе* – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

*Критерии оценивания* - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка «*хорошо*» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если не выполнены никакие требования.

## **3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)**

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

*Критерии оценивания* – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

#### **4. Интерактивные задания**

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

*Критерии оценивания* – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

#### **5. Комплексное проблемно-аналитическое задание**

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

*Критерий оценивания* - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия

поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

## **6. Исследовательский проект**

**Исследовательский проект** – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц; 14 шрифт, 1,5 интервал).

*Критерии оценивания* - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

## **7. Информационный проект (презентация):**

**Информационный проект** – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

*Критерии оценивания* - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему),

представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

## **8. Дискуссионные процедуры**

*Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции* являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

– лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;

– смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;

– смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

*Критерии оценивания* – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

## **9. Тестирование**

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

*Критерии оценивания* – правильный ответ на вопрос.

Оценка «отлично» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий.

Оценка «хорошо» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий.

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий.

#### **10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)**

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

*Критерии оценивания:* последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

### **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

#### *8.1. Основная учебная литература:*

1 Романов, А. А. Управление рекламными кампаниями в СМИ : учебное пособие / А. А. Романов, Р. В. Каптюхин. — Москва : Евразийский открытый институт, 2010. — 328 с. — ISBN 978-5-374-00396-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/10886.html>

2. Васильев Г.А. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Васильев Г.А., Деева Е.М.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 192 с. — ISBN 978-5-238-01578-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71172.html>

#### *8.2. Дополнительная учебная литература:*

1. Ненашев, М. Ф. Иллюзии свободы. Российские СМИ в эпоху перемен (1985-2009) : монография / М. Ф. Ненашев. — Москва : Логос, 2010. — 320 с. — ISBN 978-5-98704-504-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/9116.html>

2. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Дашков и К, 2012. - 488 с. - Режим доступа: <http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=329134> Разработка рекламного продукта: Учеб. пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 256 с. - Режим доступа: <http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=189456>

#### *8.3. Перечень периодических изданий:*



1. Журнал Индустрия рекламы. <http://www.adindustry.ru>
2. [www.rg.ru](http://www.rg.ru) / - ежедневная газета «Российская газета»
3. [www.kommersant.ru](http://www.kommersant.ru) / - ежедневная общенациональная деловая газета «Коммерсант»
4. [www.mk.ru](http://www.mk.ru) / - ежедневная общественно-политическая газета «Московский комсомолец»
5. [www.aif.ru](http://www.aif.ru) / - еженедельная газета «Аргументы и факты»
6. [www.vedomosti.ru](http://www.vedomosti.ru) / - ежедневная деловая газета «Ведомости»
7. <http://magazines.russ.ru> / - Русский журнал.

**9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»  
(далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины  
(модуля)**

1. Все о рекламе в России - [www.rwr.ru](http://www.rwr.ru)
2. Реклама и PR в малом и среднем бизнесе - [www.adbusiness.ru](http://www.adbusiness.ru)
3. Сайт социальной рекламы - [www.mediaatlas.ru](http://www.mediaatlas.ru)
4. Энциклопедия маркетинга - [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)

**10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
2. внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
3. выполнение самостоятельных практических работ;
4. подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.

2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.

3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016

2. Семейство ОС Microsoft Windows

3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом

4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (Информационный комплекс)

5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)

6. Антивирусная система NOD 32

7. Adobe Reader. Лицензия проприетарная свободно-распространяемая.

### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели на 30 посадочных мест; доска (маркерная) - 1 шт..

Технические средства обучения:

Компьютеры в сборе - 30 шт.; компьютер в сборе для преподавателя - 1 шт., проектор, колонки, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Windows 10, Microsoft Office 2016, Zoom, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Антивирус NOD32.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC; Google Chrome; LibreOffice, Skype, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

## 2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся .

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели на 5 посадочных мест, в том числе для лиц с ограниченными возможностями здоровья 2 посадочных места.

Технические средства обучения:

Компьютеры в сборе - 5 шт.; телевизор Sharp; беспроводная клавиатура Clevo с большими ярко окрашенными кнопками и разделителем для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата; роллер, заменяющий компьютерную мышь, для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата; видеоувеличитель электронный ручной, позволяющий читать слабовидящим людям плоскочечатный текст на мониторе (экране) с возможностью увеличения текста; портативный дисплей Брайля Focus 14 Blue, включающий точечную клавиатуру, возможность подключения по Bluetooth и USB, возможность подключения к ПК и к смартфону, руководство пользователя шрифтом Брайля; клавиатура со шрифтом Брайля; наушники; колонки.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Windows 10, Zoom, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Антивирус NOD32.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

## **13.Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины**

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

## **14. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)**

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.