Автономная некоммерческая организация
высшего образования

Уральский институт фондового рынка

Кафедра менеджмента и маркетинга

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат 02AA015500B9B277974BD4E8E7991CCA59
Владелец АНО ВО "УИФР"
Действителен с 08.04.2025 по 08.07.2026

МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ И МЕДИААНАЛИТИКА

Рабочая программа дисциплины

для обучающихся по направлению
42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)
всех направленностей (профилей) программ
по всем формам обучения

Екатеринбург
2025

Медиапотребление и медиааналитика: Рабочая программа дисциплины. - Екатеринбург: УИФР, 2025. - 25 с.

Рабочая программа как базовый элемент учебно-методического обеспечения по дисциплине составлена на основании ФГОС ВО и учебных планов УИФР по указанным направлениям и профилям подготовки.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга. Протокол заседания № 1 от 28 августа 2025 г.

© Уральский институт фондового рынка, 2025.
Учебное издание
Формат 60Х90/16. Гарнитура TimesNewRoman
Усл. п.л. _____ Изд. № _____ –. Тираж ____ экз.
Заказ № ___
Отпечатано в Уральском институте фондового рынка

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. Программно-методические материалы

1.1 Общая характеристика дисциплины

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

1.3 Объем дисциплины и распределение часов по темам

1.4 Тематический план изучения дисциплины

Раздел 2. Самостоятельная работа студентов

2.1 Виды самостоятельной работы студентов и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

2.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Раздел 3. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Раздел 4. Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

4.1 Перечень компетенций, оценивание формирования которых предусмотрено в процессе текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

4.2 Формы и методы проведения текущего контроля освоения дисциплины и указания по их выполнению

4.3 Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

4.4 Показатели и критерии оценивания текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

4.5 Процедуры оценивания знаний, умений и навыков

4.6 Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Раздел 5. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения, а также материально-техническая база, необходимая для освоения дисциплины

5.1 Интерактивные и инновационные технологии обучения

5.2 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лист регистрации изменений в рабочей программе

РАЗДЕЛ 1. ПРОГРАММНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

1.1 Общая характеристика дисциплины

Дисциплина **Медиапотребление и медиааналитика** включена в основную образовательную программу по указанным направлениям и профилям подготовки (в обязательную часть программы бакалавриата).

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ПК-3. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Цель изучения дисциплины и ее соответствие целям образовательной программы: сформировать у студентов системное понимание процессов медиапотребления и комплексное владение инструментарием медиааналитики и медиапланирования для разработки, оптимизации и оценки эффективности рекламных кампаний в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Задачи изучения дисциплины:

Раскрыть фундаментальные основы и терминологический аппарат медиапланирования, определив его роль и место в системе маркетинга, рекламы и интегрированных коммуникаций, а также специфику функций различных средств массовой коммуникации.

Освоить ключевые медиапараметры (рейтинг, охват, частота, доля рекламного голоса, стоимостные показатели) и научить методам их расчета для количественной оценки медианосителей и аудитории.

Сформировать навыки моделирования и анализа охвата аудитории как для одиночных медианосителей, так и для их комбинаций, включая вычисление эффективного охвата и оптимизацию количества размещений.

Обеспечить понимание методологии медиаизмерений, включая принципы построения выборок, оценку точности и надежности измерений рейтинга, а также научить рассчитывать ошибки измерения и объем репрезентативной выборки.

Освоить методики стратегического этапа медиапланирования: проведение ситуационного анализа, определение рекламного бюджета с использованием различных методов (целей и задач, экспертных и др.) и выбор целевой аудитории на основе принципов сегментирования.

Сформировать умения по тактическому медиапланированию, включая выбор медианосителей, схем охвата аудитории, форматов рекламных сообщений и основных методик (планирование по эффективной частоте, теории Recency, доле рекламного голоса).

Привить практические навыки работы со специализированным программным обеспечением для медиапланирования (на примере программы EMP) по оптимизации бюджета, размещения рекламы и разработки конечного медиаплана, а также оценки его эффективности.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Результатами обучения по дисциплине, соотнесенными с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций, являются:

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	**ИДК-ОПК-4.1.** Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	**Знать:** - Теоретические основы медиапланирования как элемента системы интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) и модели коммуникаций. **Уметь:** - Анализировать коммуникационную среду и определять роль медиапланирования для достижения маркетинговых целей. **Владеть:** - Навыками критической оценки достоверности медиаизмерений и прогнозирования охвата аудитории. - Технологией обоснования и принятия стратегических и тактических решений в процессе медиапланирования. - Практическими навыками работы в программных средах для создания и оптимизации медиапланов.
	ИДК-ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	**Знать:** - Основные методики стратегического и тактического медиапланирования (определение бюджета, выбор ЦА, эффективная частота, Recency). - Принципы работы и функциональные возможности специализированного программного обеспечения для медиапланирования. **Уметь:** - Моделировать и оптимизировать медиамиксы для достижения целевых показателей охвата и частоты контактов. **Владеть:** - Навыками критической оценки достоверности медиаизмерений и прогнозирования охвата аудитории. - Технологией обоснования и принятия стратегических и тактических решений в процессе медиапланирования. - Практическими навыками работы в программных средах для создания и оптимизации медиапланов.
ПК-3. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	**ИДК-ПК-3.1.** Определяет ключевые показатели эффективности (KPI) для онлайн и офлайн-кампаний, выбирает и настраивает инструменты для сбора данных (веб-аналитика, CRM-системы, медиа-мониторинг, опросы) и обеспечивает корректный сбор и первичную систематизацию информации.	**Знать:** - Систему ключевых медиапараметров (рейтинг, охват, частота, SOV, CPR/CPT), методы их расчета и взаимосвязь. **Уметь:** - Рассчитывать, анализировать и интерпретировать ключевые медиапараметры и стоимостные показатели для оценки эффективности медианосителей. **Владеть навыками:** - оценки финансовой результативности кампаний через ROI (окупаемость инвестиций) и ROAS (рентабельность рекламных расходов); - проведения причинно-следственного

		анализа для определения вклада рекламных активностей в рост продаж
	ИДК-ПК-3.2. Способен применять количественные и качественные методы анализа (контент-анализ, статистический анализ, расчет ROI, ROAS, LTV, анализ вовлеченности и охватов), интерпретировать полученные данные, определять степень достижения поставленных целей коммуникационной кампании, выявлять сильные и слабые стороны использованных инструментов.	**Знать:** - Методологию измерения медиааудитории, включая принципы построения выборок, оценки точности и ошибок данных. **Уметь:** - Выбирать и применять адекватные методы стратегического (бюджет, ЦА) и тактического (методики размещения) медиапланирования. - Использовать специализированное ПО для разработки, оптимизации и анализа эффективности медиапланов. **Владеть навыками:** - расчета и интерпретации базовых метрик эффективности интернет-рекламы: CTR (кликабельность), CR (конверсия), CPC (цена клика), CPO (цена заказа); - анализа поведенческих факторов на сайте (показатель отказов, Bounce Rate) и расчета долгосрочной ценности клиента (LTV).

Текущий контроль по дисциплине обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины. Он осуществляется в процессе проведения занятий. Текущий контроль реализуется в форме контрольной работы, деловых игр, коллоквиумов, семинарских занятий.

Промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине обеспечивает оценивание результатов обучения по дисциплине. Промежуточная аттестация реализуется в форме **экзамена.**

Результаты освоения дисциплины достигаются за счет использования в процессе обучения активных и интерактивных методов и технологий формирования заданных компетенций у студентов.

Взаимосвязь индикаторов достижения компетенций с оценочными средствами для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Индикаторы достижения компетенций	**Оценочные средства для текущего контроля**	**Оценочные средства для промежуточной аттестации по уровням результатов освоения дисциплины: знать (З), уметь (У), владеть навыками (Н)**
ИДК-ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности **ИДК-ПК-3.** Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции организации (предприятия), в том чис-	Темы 1 – 7 устный опрос, текущее тестирование, подготовка мультимедиа сообщений / докладов / рефератов / материалов-презентаций и т.п., решение ситуационных задач, анализ нормативно-правовых документов, участие в тематических дискуссиях (круглых столах, пресс-конференциях, дебатах и	*Знать:* экзамен / зачет, в том числе, в форме тестирования, собеседования, письменного опроса, выполнения индивидуальных заданий *Уметь:* экзамен / зачет, в том числе, в форме выполнения индивидуальных заданий, выполнения расчетно-графических работ, анализа профессиональных кейсов *Владеть навыками:* экзамен / зачет, в том числе, в форме анализа профессиональных кейсов, выполнения заданий по проектированию и моделированию различных компонентов профессиональной деятельности

Индикаторы достижения компетенций	Оценочные средства для текущего контроля	Оценочные средства для промежуточной аттестации по уровням результатов освоения дисциплины: знать (З), уметь (У), владеть навыками (Н)
ле, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	т.п.), коллоквиум, кейс – задание	

1.3 Объем дисциплины и распределение часов по темам

Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды занятий	Форма обучения: очная	Форма обучения: заочная
Общая трудоемкость	144	144
Контактная работа (включая текущий контроль успеваемости):	72	16
- занятия лекционного типа	36	12
- занятия семинарского типа	36	4
- промежуточная аттестация	1	1
Самостоятельная работа (СР)	71	128
Курсовая работа	-	-
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

Распределение часов дисциплины по темам и видам работ

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего часов	в том числе		
		Лекции	Семинары	СР
Тема 1. Маркетинг, реклама и медиапланиование. Интегрированные массовые коммуникации и медиапланирование. Интегрированные массовые коммуникации и медиапланирование	20	6	6	8
Тема 2. Этапы планирования рекламы, цели медиапланирования. Определение и смысл медиапараметров. Число контактов и стоимостные показатели рекламы.	20	6	6	8
Тема 3. Охват аудитории одного СМИ и его вычисление. Охват аудитории нескольких СМИ. Доля рекламного голоса. Интенсивность периодической рекламы. Измерение рейтинга СМИ	32	6	6	20
Тема 4. Оценка точности измерений рейтинга СМИ. Стратегический этап планирования рекламы и бюджет рекламы	20	6	6	8
Тема 5. Выбор целевой аудитории. Тактический этап планирования рекламы и его задачи	20	6	6	8
Тема 6. Основные методики медиапланирования.	16	3	3	10

Оценка эффективности рекламы				
Тема 7. Медиапланирование с помощью программы EMP	15	3	3	9
ИТОГО:	***143***	***36***	***36***	***71***

Распределение часов дисциплины по темам и видам работ

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего часов	в том числе		
		Лекции	Семинары	СР
Тема 1. Маркетинг, реклама и медиапланиование. Интегрированные массовые коммуникации и медиапланирование. Интегрированные массовые коммуникации и медиапланирование	20	1	-	19
Тема 2. Этапы планирования рекламы, цели медиапланирования. Определение и смысл медиапараметров. Число контактов и стоимостные показатели рекламы.	20	2	-	18
Тема 3. Охват аудитории одного СМИ и его вычисление. Охват аудитории нескольких СМИ. Доля рекламного голоса. Интенсивность периодической рекламы. Измерение рейтинга СМИ	32	3	1	28
Тема 4. Оценка точности измерений рейтинга СМИ. Стратегический этап планирования рекламы и бюджет рекламы	20	2	1	17
Тема 5. Выбор целевой аудитории. Тактический этап планирования рекламы и его задачи	20	2	-	18
Тема 6. Основные методики медиапланирования. Оценка эффективности рекламы	16	1	1	14
Тема 7. Медиапланирование с помощью программы EMP	15	1	1	13
ИТОГО:	***143***	***12***	***4***	***127***

1.4 Тематический план изучения дисциплины

Тема 1. Маркетинг, реклама и медиапланиование. Интегрированные массовые коммуникации и медиапланирование.

Предмет, цели и задачи курса. Обзор литературы по массовым коммуникациям и медиапланированию. Основные цели и задачи медиапланирования. Маркетинг и реклама. Маркетинг-микс. Схемы маркетинга. Структура эффективной системы коммуникаций. Понятие коммуникации. Теории и виды коммуникации. Специфика функций отдельных средств массовой коммуникации. Коммуникационный процесс. Модели коммуникаций. Модели рекламной коммуникации. Место рекламы и медиапланирования в системе ИМК.

Тема 2. Этапы планирования рекламы, цели медиапланирования. Определение и смысл медиапараметров. Число контактов и стоимостные показатели рекла-

мы.

Этапы планирования рекламной кампании. Цели рекламы. Постановка целей рекламы, исходя из стадий реакции потребителя. Матричная стратегия Росситера-Перси. Цели медиапланирования. Рейтинги медиа. Индексы соответствия. Суммарный рейтинг. Число контактов. Охват, предельный охват, эффективный охват. Частотное распределение охвата. Средняя частота контактов. Доля рекламного голоса и S-индексы. Стоимость пункта рейтинга и стоимость тысячи контактов. Стоимость пункта охвата и стоимость прироста пункта охвата. Суммарный рейтинг. Число контактов. Среднее число контактов. Стоимость пункта рейтинга и стоимость тысячи контактов. Стоимость пункта охвата и стоимость прироста пункта охвата.

Тема 3. Охват аудитории одного СМИ и его вычисление. Охват аудитории нескольких СМИ. Доля рекламного голоса. Интенсивность периодической рекламы. Измерение рейтинга СМИ.

Охват аудитории СМИ в зависимости от числа медиасобытий. Частотное распределение охвата. Условие максимальности спектра охвата. Эффективный охват. Определение оптимального числа размещений рекламы в одном СМИ. Закон стоимости накопления охвата аудитории. Охват аудитории. Аудитория совместного воздействия СМИ. Частотное распределение охвата аудитории нескольких СМИ. Эффективный мультимедийный охват. Моделирование эффектов усиления мультимедийного воздействия. Принцип вычисления доли рекламного голоса S. Приближенное вычисление S. Точное вычислений S. Доля рекламного голоса и S-индексы. Вычисление периода рекламы в зависимости от уровня ее интенсивности. Интенсивность периодической рекламы как функция длительности ее периода. Методика оптимизация бюджета периодической рекламы. Методы медиаизмерений. Типы выборок. Ошибки выборки. Точность измерения рейтинга. Параметры, определяющие точность измерения рейтинга СМИ. Ошибка измерений и максимальная ошибка. Уровень надежности измерений.

Тема 4. Точность измерений рейтинга СМИ. Стратегический этап планирования рекламы и бюджет рекламы.

Вычисление максимальной ошибки измерения рейтинга. Зависимость ошибки измерения рейтинга от величины рейтинга и объема выборки. Минимально значимый рейтинг. Объем репрезентативной выборки по минимально значимому рейтингу. Объем репрезентативной выборки по максимальной ошибке. Объем репрезентативной выборки по заданной ошибке и выборке. Ситуационный анализ, SWOT-анализ и цель рекламы. Методы определения рекламного бюджета. Методы целей и задач. Методы Пекхэма, равновесия и Шроера. Экспертные методы. Методика независимого усредненного прогноза Армстронга. Метод 5 вопросов Лодиша.

Тема 5. Выбор целевой аудитории. Тактический этап планирования рекламной кампании и его задачи.

Целевая рекламная аудитория. Факторы, определяющие границы и состав аудитории. Принципы выбора целевой аудитории. Принцип лояльности. Демографическое и географическое сегментирование. Метод «рычага». Целевое поведение для пяти типов ЦА. Выбор схемы охвата аудитории. Влияние формата рекламных сообщений на уровень внимания к рекламе и аудиторию рекламных сообщений. Форматы рекламных сообщений и эффективные рейтинги СМИ. Реклама в структуре современных масс-медиа. Особенности выбора конкретных носителей рекламы. Принципы выбор средств рекламы. Характеристики средств рекламы. Выбор методики медиапланирования.

Тема 6. Основные методики медиапланирования. Оценка эффективности рекламы.

Планирование по эффективной частоте и эффективному охвату. Теория Recency. Стратегия и тактика медиапланирования. Новейшие информационные каналы. Планирование использования информационных каналов в рекламе. Планирование по доле рекламного голоса. Планирование по прогнозируемой прибыли. Критерии эффективности рекламы. Методы оценки коммуникационной эффективности рекламы. Методы оценки экономической эффективности рекламы методом дисконтированных денежных потоков.

Тема 7. Медиапланирование с помощью специализированного программного обеспечения.

Компьютерные программы по медиапланированию. Основные приемы работы с программой EMP. Оптимизация бюджета рекламной кампании с EMP. Оптимизация размещения рекламы с EMP. Разработка оптимального медиаплана. Контроль и оценка эффективности медиаплана.

РАЗДЕЛ 2. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

2.1 Виды самостоятельной работы студентов и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

Виды самостоятельной работы: конспектирование первоисточников и другой учебной и научной литературы; проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе); работа в электронной библиотечной системе; работа с тестами и вопросами для самопроверки; подготовка к зачету или экзамену.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся: методические указания по самостоятельной работе студентов по данной дисциплине (в библиотеке вуза); учебная и методическая литература в библиотеке и электронной библиотеке вуза; отведенное для самостоятельной работы время занятий в компьютерных классах вуза, включая работу со специализированным программным обеспечением, информационными справочными системами.

Формы самостоятельной работы студентов по темам:

Разделы и темы дисциплины	Виды самостоятельной работы
Тема 1. Маркетинг, реклама и медиапланиование. Интегрированные массовые коммуникации и медиапланирование. Интегрированные массовые коммуникации и медиапланирование	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации
Тема 2. Этапы планирования рекламы, цели медиапланирования. Определение и смысл медиапараметров. Число контактов и стоимостные показатели рекламы.	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации
Тема 3. Охват аудитории одного СМИ и его вычисление. Охват аудитории нескольких СМИ. Доля рекламного голоса. Интенсивность периодической рекламы. Измерение рейтинга СМИ	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации
Тема 4. Оценка точности измерений рейтинга СМИ. Стратегический этап планирования рекламы и бюджет рекламы	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации
Тема 5. Выбор целевой аудитории. Тактический этап планирования рекламы и его задачи	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации

Тема 6. Основные методики медиапланирования. Оценка эффективности рекламы	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации
Тема 7. Медиапланирование с помощью программы EMP	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации

2.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа студентов развивает самостоятельность мышления, способствует формированию научных интересов, приобретению навыков самостоятельной работы с литературой, приобщает к научно-исследовательской деятельности, помогает освоить практику написания научных трудов, технику научной работы, работы со специализированным программным обеспечением, приемы оформления текста рукописи и т. д.

Занятия семинарского типа в значительной степени ориентируются на применение полученных во время лекции знаний, на отработку и систематизацию предметных и общеучебных способов деятельности (умений), способов оптимального поиска и переработки информации. Самостоятельные работы студентов с использованием опорных методических материалов (методические рекомендации, методические указания, тетради на печатной основе, инструкции, алгоритмические предписания в содержании информационных технологий и др.) задают ориентировочную основу учебной деятельности, позволяют оперативно корректировать их работу, оказывать индивидуальную помощь и поддержку, совершенствовать ее качество. Все это в конечном итоге позволяет на основе оперативной обратной связи повысить управляемость учебным процессом.

Подготовку к каждому занятию семинарского типа каждый студент должен начать с ознакомления с планом занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия семинарского типа

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.

4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.

5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса.

Примерная продолжительность — 20 - 25 минут.

После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам.

Примерная продолжительность – до 15 - 20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а замет идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на занятии семинарского типа преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно).

Примерная продолжительность – 15 - 20 минут.

Занятие семинарского типа заканчивается подведением итогов. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования.

Примерная продолжительность — 5 минут.

Практические советы по подготовке презентации, доклада

– готовьте отдельно: печатный текст + слайды + раздаточный материал

– слайды – визуальная подача информации, которая должна содержать минимум текста, максимум изображений, несущих смысловую нагрузку, выглядеть наглядно и просто;

– текстовое содержание презентации – устная речь или чтение, которая должна включать аргументы, факты, доказательства и эмоции;

– рекомендуемое число слайдов 17 - 22;

– обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего; план сообщения; краткие выводы из всего сказанного; список использованных источников;

– раздаточный материал – должен обеспечивать ту же глубину и охват, что и живое выступление: люди больше доверяют тому, что они могут унести с собой, чем исчезающим изображениям, слова и слайды забываются, а раздаточный материал остается постоянным осязаемым напоминанием; раздаточный материал важно раздавать в конце презентации; раздаточный материалы должны отличаться от слайдов, должны быть более информативными.

Доклад, согласно толковому словарю русского языка Д.Н. Ушакова: «… сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию».

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-

методическим требованиям вуза и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключение, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчики должны знать и уметь:

– сообщать новую информацию; использовать технические средства;

– хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия; дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы;

– четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);

– иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название, сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов, живую интересную форму изложения, акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов.

Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Виды самостоятельной работы студентов, обеспечивающие реализацию цели и решение задач данной дисциплины:

– подготовка к семинарским занятиям;

– изучение тем в рамках самостоятельной работы;

– выполнение контрольных и творческих заданий;

– подготовка и сдача зачета (и/или экзамена).

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемой дисциплины, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на приобретение навыков применения теоретических знаний на практике.

Структура самостоятельной работы включает три основных этапа: подготовительный или ориентировочный, исполнительный и контрольно-диагностический. В рамках указанных этапов последовательно выполняются следующие учебные действия: анализ учебного задания и сроков его выполнения, поиск способов и средств его выполнения; планирование хода выполнения задания и прогнозирование возможных затруднений, проверка, оценка и самооценка полученных результатов. Структуру самостоятельной работы студенты не только должны знать, но и применять эти знания в своей деятельности.

Процесс изучения учебного предмета можно рассматривать как последовательное погружение студента в содержание изучаемого материала под "весом" собственных знаний. Однако в нем выделяются три этапа, качественно различных по своим задачам и видам выполняемых действий.

1-вый этап Рассмотрение выделенных компонентов текста учебной литературы. Задача: понять все, что бросается в глаза и легко запоминается, и разделить текст на интересное, главное и второстепенное.

На этом этапе не требуется прилагать усилия для заучивания чего-либо. Обозревается весь учебный предмет, но пропускаются не только подробности, а даже большая часть текста. Процесс изучения начинается ознакомлением со структурой учебного материала. Она анализируется на протяжении этапа все подробнее и подробнее вплоть до первого продумывания категориального аппарата.

Перелистывать материал нужно внимательно, не пропуская страниц. Полезно задерживаться на интересном, но не останавливаться надолго, не прилагать ощутимых усилий для запоминания, увиденного и прочитанного, но пытаться сопоставить его с тем, что уже знакомо, и понять его смысл. Если не получилось, то, не задерживаясь, нужно идти дальше. После того как выписаны термины и определения, следует пролистать учебник еще раз и прочесть вслух, четко произнося слова, все термины и их определения. Это поможет научиться правильно произносить новые слова.

2-й этап. Беглое чтение всего учебного материала. Задача: понять все что можно понять, не углубляясь в тщательный разбор, основное внимание уделяя теоретической части материала.

На этом этапе выполняется, беглое сквозное чтение всей теоретической части учебного материала, чтобы выявить и понять основные категории, взаимосвязи между ними. Для выполнения поставленной задачи студентам рекомендуется:

Бегло два раза прочесть всю теоретическую часть. При этом читать только основной текст, при чтении нигде не задерживаться, непонятные места пропускать, не прилагать усилия для запоминания прочитанного, стараться следить только за основным смыслом, содержанием текста. Быстро прочтя все от начала до конца, студент не успеет забыть то, что было вначале, и представит себе общую картину.

После этого студент вдумчиво должен прочесть, еще один раз, отмечая на полях непонятные места трех степеней сложности.

К первой степени сложности относят материал, который можно понять при самостоятельном разборе, так как имеется достаточно информации в той же главе. Вторую степень сложности представляет материал, который тоже можно понять самостоятельно, но для этого нужно обращаться и к другим главам учебника. К третьей степени сложности относится материал, заставляющий студента обратиться к другому источнику или к преподавателю, поскольку информации, найденной в учебнике, ему оказалось мало.

3-тий этап. Медленное чтение и разбор неясных вопросов. Задача: разобраться в сложном, материале, обратить внимание на взаимосвязи между понятиями. При этом выполняются следующие действия:

Медленное чтение всего учебника и разбор непонятных вопросов первой степени сложности. При необходимости пользоваться карандашом и бумагой. Читать все, ничего не пропуская.

Медленное чтение всего учебника и разбор непонятных вопросов второй степени сложности.

Для нахождения ответов на непонятные вопросы третьей степени сложности обратиться к дополнительной литературе или к преподавателю.

Самостоятельная работа на лекции

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить

учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

Романов, А. А. Рекламные PR-технологии Масс-медиа: учебное пособие / А. А. Романов. — Москва: Евразийский открытый институт, 2010. — 184 c. — ISBN 978-5-374-00394-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/10814.html (дата обращения: 25.09.2025). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Дополнительная литература

Жилавская, И. В. Виды медиа: типология и история: учебное пособие / И. В. Жилавская, К. К. Онучина. — 2-е изд. — Москва: Московский педагогический государственный университет, 2024. — 208 c. — ISBN 978-5-4263-0894-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/145415.html (дата обращения: 25.09.2025). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Игнатова, И. Б. Новые медиа: теория и практика: учебно-методическое пособие / И. Б. Игнатова, Е. С. Зубаркина, А. В. Землянский. — Москва: Московский педагогический государственный университет, 2022. — 96 c. — ISBN 978-5-4263-1095-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/130139.html (дата обращения: 25.09.2025). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Периодические издания

1. Профессиональный журнал о PR, маркетинге и рекламе. http://www.pr-dialog.com
2. «Рекламные идеи». Российский журнал о творческом брендинге. http://www.advi.ru

Основной перечень специализированных ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

1. http://www.acvi.ru – аналитический центр Видео Интернешнл собирает, обрабатывает и систематизирует информацию о мировом и отечественном медиа- и рекламном пространстве; осуществляет оригинальные исследовательские проекты; проводит анализ и дает экспертную оценку состояния, тенденций и перспектив рекламного рынка; вырабатывает научно-обоснованный прогноз развития медиаиндустрии и рекламного рынка и т.д.
2. http://www.advertology.ru – сайт о рекламе.
3. http://www.akarussia.ru/ – Ассоциация Коммуникационных Агентств России.
4. http://www.createbrand.ru – портал о бизнесе, рекламе, маркетинге.
5. http://www.comcon-2.ru – Comcon входит в международную исследовательскую компанию Synovate, являющуюся одним из лидеров на мировом рынке, в том числе и в России. Компания специализируется на изучении предпочтений и мотиваций потребителей, на построении сегментаций и поиске новых рыночных возможностей, на тестировании рекламных идей, концепций брендов, продуктов и упаковок, а также на медиаисследованиях.
6. http://www.espar.ru – мониторинг наружной рекламы на основе использования геоинформационных технологий (ГИС), измерения (оценка) потенциальных аудиторий в наружной рекламе, оценка эффективности размещения рекламных кампаний.
7. http://fom.ru – фонд Общественное Мнение.

8. http://www.gfk.ru – институт маркетинговых исследований ГфК-Русь - российское дочернее предприятие крупнейшей в Европе и одной из крупнейших в мире исследовательской компании GfKGroup.

9. http://www.grp.ru – технология продажи ТВ рекламы по GRP.

10. http://www.gortis.info– маркетинговые исследования, консалтинг.

11. http://www.mediakomitet.ru – организация проведения профессиональной экспертизы систем измерения теле-радио-аудитории, систем фиксации и расшифровки факта выхода в эфир телевизионных и радио передач, рекламных блоков и роликов.

12. http://www.mediaplan.ru – экспертное агентство, маркетинговые исследования, рейтинги СМИ, программа по медиапланированию.

13. http://www.public.ru – компания ЗАО «Публичная Библиотека», предоставляет полный спектр услуг по работе с материалами масс-медиа: от онлайн-доступа к уникальной коллекции публикаций СМИ Public.Ru до мониторинга прессы и проведения эксклюзивных аналитических исследований на базе открытых источников. В архивах крупнейшей интернет-библиотеки русскоязычных СМИ Public.Ru доступно около 50 млн. публикаций. География источников СМИ охватывает все регионы России, а также страны ближнего и дальнего зарубежья.

14. http://www.radioportal.ru – портал о радио.

15. http://www.romir.ru – исследовательская компания “полного цикла” Ромир; предлагает исчерпывающий комплекс исследовательских и коммуникационных услуг – от сбора базовой информации до построения аналитических моделей и консультирования.

16. http://www.rprg.ru – специализированная исследовательская компания. Основная специализация агентства - заказные маркетинговые и мониторинговые исследования по различным секторам рынка.

17. http://www.russianmarket.ru – информационно-аналитический портал; предоставляет полный спектр маркетинговых услуг: маркетинговые исследования; бизнес-планирование; маркетинговый аудит; социологические исследования.

18. http://www.rwr.ru – сайт о рекламе в России.

19. http://www.socismr.com – исследовательская компания «СОЦИС» (SOCISMR-Rus): оценка уровня удовлетворенности клиентов (CustomerSatisfactionStudy): CSI, NPS; оценка качества работы персонала (MysteryShopping); тестирование рекламных концепций; оценка эффективности рекламных кампаний; оценка чувствительности к цене; U&A / сегментация потребителей / изучение потребительского поведения; исследования СМИ.

20. http://www.sostav.ru – сайт о рекламе маркетинге и PR.

21. http://www.sovetnik.ru – профессиональный PR-портал.

22. http://www.tns-global.ru– исследовательская компания TNS Россия осуществляет полный цикл работ в области медиа-измерений, мониторинга рекламы и маркетинговых исследований: Измерение аудитории основных каналов СМИ (пресса, радио, ТВ, интернет). Специальные медиа-исследования (mediaad-hoc). Изучение потребительского поведения. Мониторинг рекламы в средствах ее распространения. Мониторинг информации в СМИ, пресс-клипинг. Исследования на рынке товаров повседневного спроса (FMCG). Исследования на автомобильном и сопутствующем рынках. Исследования в области финансов, страхования и инвестиций. Исследования в области IT и телекоммуникаций. Исследования в области изучения групп, заинтересованных в деятельности компании (stakeholdermanagement). Исследования в области создания и запуска новых продуктов. Исследования бренд- и маркетинговых коммуникаций. Онлайн-исследования. Качественные исследования. Исследования "Тайный покупатель" (MysteryShopping).

23. http://www.wciom.ru – Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), многопрофильная исследовательская компания полного цикла. Исследования охватывают все новые сферы социального поведения жителей России и стран постсовет-

ского пространства. ВЦИОМ активно и успешно работает в сфере экспертизы товарных знаков, брендинговых и корпоративных исследований, медиа-измерений, потребительского поведения на различных рынках.

Лицензионные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины

Электронно-библиотечная система: по паролю. URL: http://www.iprbookshop.ru/ Предусмотрен режим для слабовидящих.

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы (информационные технологии), используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

– Microsoft Windows (лицензионное).

– Офисный пакет программ MicrosoftOffice, включающий текстовый редактор MicrosoftWord, электронную таблицу MicrosoftExcel, программу для подготовки презентаций MicrosoftPowerPoint, браузер InternetExplorer (лицензионное).

– Программный продукт 1С: Предприятие (лицензионное, отечественное производство)

– Информационная справочная система и база данных «Консультант+» http://www.consultant.ru/ (доступ по паролю) (лицензионное, отечественное производство)

– Студенческий информационно-справочный портал "Гарант-Образование" https://edu.garant.ru/ (свободно распространяемое, отечественное производство);

– Научная электронная библиотека – база данных eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/defaultx.asp (доступ свободный, отечественное производство);

– Scopus – единая база данных рецензируемой научной литературы. www.scopus.com (доступ свободный);

– Открытые базы данных Минфина России https://www.minfin.ru/ru/opendata/ (свободно распространяемое).

Особенности учебно-методического обеспечения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Студенты с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных студентов, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала. Подбор и разработка учебных материалов для таких студентов производится с учетом того, чтобы предоставлять этот материал в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально. Предусмотрено в случае необходимости создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей, альтернативную версию медиаконтентов, предусмотрена возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотрена доступность управления контентом с клавиатуры.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1 Перечень компетенций, оценивание формирования которых предусмотрено в процессе текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ПК-3. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

4.2 Формы и методы проведения текущего контроля освоения дисциплины и указания по их выполнению

Указания по выполнению контрольной работы

Контрольная работа по дисциплине выполняется в форме реферата по выбранной теме. Реферат должен соответствовать принятым в институте «Требованиям к оформлению письменных работ», в том числе требованиям к оригинальности таких работ.

Реферат – это вид учебно-исследовательской работы, выполненной на актуальную тему социологии в рамках профильной проблематики, отражающей основные направления исследования по данной дисциплине. В процессе работы над содержанием реферата должно быть осуществлено следующее – выбраны и проанализированы основные методологические подходы, теории и концепции по теме.

Рекомендуемый алгоритм подготовки реферата:

1. Определить научные подходы, теории, концепции, в рамках которых наиболее логично рассмотреть сущность темы и ее основных категорий;
2. Осуществить выбор литературы (зарубежной и отечественной), основываясь на которой можно раскрыть тему по заранее определенной логике ее представления;
3. Подготовить структуру (план реферата), разворачивание которой отражало бы как основные позиции в рамках различных управленческих дискурсов, так и анализ современных практик по выбранной теме реферата;
4. Разработать структуру реферата, которая включает основные составные части: введение, основная часть, заключение, список использованной литературы и источников, ссылки при цитировании обязательны;
5. Подготовить введение, которое включает краткое обоснование актуальности темы реферата, которое отражает то или иное направление научных исследований в рамках темы;
6. Подготовить основную часть, которая включает:

– описание значимых для темы научных теорий, взглядов, подходов, в рамках которых необходимо рассматривать тему; анализ базовых категорий;

– специфику становления, формирования, развития тех или иных управленческих процессов с точки зрения темы;

– анализ современного состояния, включая проблемы функционирования тех или иных аспектов управленческих практик;

– анализ основных этапов и закономерностей исторического развития общества должен быть проведен через призму патриотизма и гражданской ответственности

7. Подготовить заключение, которое включает резюмирование результатов работы в рамках темы реферата: краткое заключение об актуальности темы и изложение основных результатов, которые получены в процессе ее изучения;

8. Обучающийся может получить консультации у преподавателя в связи с согласованием структуры реферата или методологических аспектов раскрытия выбранной темы.

Критерии оценивания реферата

– Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме реферата; б) соответствие содержания теме и плану реферата; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

– Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).

– Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму реферата.

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Работа на семинарских занятиях.

Семинарское занятие - это организационная форма обучения, регламентированная по времени и составу, целью которой является закрепление полученных на лекции, усвоенных в ходе самостоятельной работы знаний и умений. Основной задачей семинарских занятий является выработка у студентов умения выполнять различные практические работы (работать с учебником, первоисточниками, реферировать литературу, составлять тезисы). Подготовка к занятиям по первоисточникам, выступление с сообщениями расширяют знания студентов по курсу.

В процессе подготовки к семинарскому занятию, и в ходе его проведения, студент отвечает на вопросы преподавателя по основным положениям темы, выполняет самостоятельную работу по поиску соответствующей информации по проблемам, активно участвует в обсуждении и решении отдельных ключевых проблем, выступает с аргументами по их логическому решению, используя новые способы их доказательства.

Текущий контроль на семинарском занятии предполагает оценку результатов самостоятельной работы, умения работать с первоисточником, составлять конспект; степень овладения навыками самостоятельного выступления с устным сообщением, ведения дискуссии и умения слушать партнера.

Формы текущего контроля успеваемости на семинарском занятии:

1. Выступление на семинаре, освещение одного из вопросов, заданных на предыдущем занятии и подготовленных на основании указанной преподавателем литературы.
2. Выполнение дополнительных заданий преподавателя (решение задач повышенной сложности, предлагаемых по усмотрению преподавателя).

4.3 Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине, в том числе в форме тестирования приведены в фондах оценочных средств по дисциплине

4.4 Показатели и критерии оценивания текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Текущий контроль по дисциплине обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины. Эта оценка должна учитывать результаты выполнения контрольной работы.

Критерии оценивания результатов освоения дисциплины в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Система критериев оценивания, принятая в УИФР, опирается на три уровня освоения компонентов компетенций: пороговый, повышенный, продвинутый.

Компоненты компетенций	Признаки уровня освоения компонентов компетенций		
	пороговый	повышенный	продвинутый
Знания	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
Умения	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач,	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением ис-

	выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	следовательских задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)
Навыки	Студент демонстрирует готовность к решению ограниченного количества нетипичных задач при условии оказания ему методической помощи (например, постановка уточняющих вопросов), а также не готов решать практические задачи повышенной сложности и принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	Студент демонстрирует готовность к самостоятельному решению ограниченного количества нетипичных задач, но испытывает трудности при решении практических задач повышенной сложности, позволяющих принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	Студент готов решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

При проведении текущей и промежуточной аттестации по дисциплине в рамках традиционной шкалы оценивания применяются следующие критерии:

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание
5	Отлично (зачтено)	всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой
4	Хорошо (зачтено)	полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
3	Удовлетворительно (зачтено)	знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, выполняет практические задания, предусмотренные программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, но допускает погрешности в ответе и при выполнении заданий, обладая при этом необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
2	Неудовле-	пробелы в знаниях основного учебно-программного материала,

	творительно (не зачтено)	допущение студентом принципиальных ошибок в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

4.5 Процедуры оценивания знаний, умений и навыков

Процедуры оценивания знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, представлены в методических материалах вуза «Положение об организации, формах и методах оценки качества освоения основной образовательной программы».

4.6 Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации указанных обучающихся создаются фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. Такие оценочные средства создаются по мере необходимости с учетом различных нозологий. При проведении текущей и промежуточной аттестации для указанных лиц предусмотрено включение в учебный процесс различных посредников, включая тьюторов и уполномоченных по делам инвалидов.

Форма проведения текущей аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости таким студентам обеспечиваются соответствующие условия проведения занятий и аттестации, в том числе предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

РАЗДЕЛ 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ, А ТАКЖЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Интерактивные и инновационные технологии обучения

При проведении учебных занятий преподаватели обеспечивают развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей).

Выбор методов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется содержанием обучения, уровнем профессиональной подготовки педагогов, методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

5.2 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещение для самостоятельной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС организации.

Помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью (учебные столы и стулья) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (учебная доска, компьютер, видеопроектор). Компьютерный класс с установленным программным обеспечением.

Состав помещений, оборудования и технических средств обучения, необходимых для реализации дисциплины

№	Наименование помещения	Оборудование и технические средства обучения помещения
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебные столы и стулья; Учебная доска; Компьютер демонстрационный с монитором; Проектор демонстрационный (мультимедийный); Экран проекционный; Звукоусиливающее оборудование.
2	Компьютерный класс	Компьютерные столы и стулья; Компьютер демонстрационный с монитором; Компьютеры с мониторами; Звукоусиливающее оборудование,

		Наушники индивидуальные.
3	Помещение для самостоятельной работы	Учебные столы и стулья; Компьютеры с монитором с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института; Проектор демонстрационный; Экран проекционный; Звукоусиливающее оборудование.

Особенности материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса с участием лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов различной нозологии, предусматриваются и реализуются по мере необходимости. Критерии и порядок создания таких условий указаны в Положении об организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в Уральском институте фондового рынка.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

Номер протокола и дата заседания кафедры	Изменения
№ 1 от 25.08.2025	Утверждение рабочей программы в связи с введением ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью