***На правах рукописи***

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«Оренбургский государственный университет»**

Кафедра журналистики

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

*«Б1.Д.Б.32 Основы медиапланирования»*

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*

(код и наименование направления подготовки)

*Реклама и связи с общественностью в информационном обществе*

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

*Бакалавр*

Форма обучения

*Очная*

Год набора 2022

Составитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Дымова И.А.

Методические указания рассмотрены и одобрены на заседании кафедры журналистики (протокол № 4 от 23 декабря 20\_\_ г.)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Т.М. Жаплова

Методические указания являются приложением к рабочей программе по дисциплине «Б1.Д.Б.32Основы медиапланирования», зарегистрированной в ЦИТ под учетным номером\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
|  |

**Содержание**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 Методические указания по лекционным занятиям…………………………….4  2 Методические указания по практическим занятиям ………………………………5 |  |
| 3 Методические указания по самостоятельной работе ……………………………..6 |  |
| 4 Методические указания по проведению тестирования ……………………………9 |  |
| 5 Методические указания по подготовке к собеседованию (опросу)……………….10 |  |
| 6 Методические указания по подготовке к контрольной работе……………………11  7 Методические указания по написанию эссе ……………………………………….15  8 Методические рекомендации по подготовке исследовательского медиапроекта..16  9 Методические указания по выполнению ситуационных задач …………………...17  10 Методические указания по проведению игры………………………………..........17  11 Методические указания по промежуточной аттестации и итоговому контролю  знаний по дисциплине…………………………………………………………………18  12 Литература, рекомендуемая для изучения………………………………………..18 |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# 1 Методические указания по лекционным занятиям

В создании своего авторского лекционного курса преподаватель руководствуется двумя документами - Федеральным государственным образовательным стандартом и учебной программой. Совершенно недостаточно только слушать лекции. Материал лекции необходимо кратко записывать. Не пишущий, а только слушающий студент быстрее устаёт, начинает отвлекаться. Если лекция конспектируется, в запоминании ее содержания участвует не только слуховая, но и моторно-двигательная память. Кроме того, внимательное конспектирование лекции учит студента совмещать в едином процессе различные виды учебно-познавательной деятельности, что является основой формирования культуры научного мышления. Не следует стремиться записывать каждое слово преподавателя, поскольку осмысленная запись короче и яснее механической, дословной. Поэтому в процессе слушания и конспектирования лекции, необходимо стремиться к становлению умения отделять существенный материал от второстепенного, отличать главную мысль от доказательства, а в доказательствах разграничить аргументацию и иллюстрацию. Главную мысль следует записать, аргументацию осмыслить, а с иллюстрацией лишь ознакомиться.

В любом тексте имеются слова-ориентиры, помогающие выделить более важную информацию («в итоге», «таким образом» и т.д.) и слова, указывающие на особенность, специфику объекта рассмотрения («характерная черта», «главное отличие» и т.д.). Вслед за этими словами обычно идет очень важная информация. Необходимо обращать на это внимание при записи.

Как правило, в лекции есть несколько основных идей, вокруг которых группируется весь остальной материал. Важно выделить и четко фиксировать эти идеи. Наиболее подробно в лекции записываются план, источники, понятия, определения, принципы, методы, оценки, выводы.

Для записи лекции по дисциплине нужно завести отдельную тетрадь. На каждой странице оставляются поля (3-4 см) для заметок, вопросов, собственных суждений, мыслей, которые могут возникнуть как по ходу лекции, так и при последующей работе с записями. Наиболее важные идеи полезно выделять путём подчеркивания и использования различных знаков. Поэтому во время лекции желательно использовать 2-3 цветных карандаша или фломастера, которыми стрелками, волнистыми линиями, рамками, условными значками на вспомогательном поле обводят, подчеркивают или обозначают ключевые аспекты изучаемого материала. Экономия сил и времени студента зависит также от скорости записи. В каждой отрасли знаний существует своя система общеупотребительных сокращений. Кроме того, можно вырабатывать сокращения для личного пользования.

Показателем внимания к учебной информации служат вопросы к лектору. По ходе лекции важно находить и отмечать те аспекты лекции, которые могут стать «зацепкой» для вопроса. Именно на лекциях студенту необходимо учиться формулировать вопросы, не отвлекаясь от восприятия содержания.

Таким образом, написание конспекта лекций предполагает следующий алгоритм самостоятельных учебных действий и умений студента:

- кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, выделяя важные идеи, ключевые термины и определения;

- уточнять (уяснять) содержание новых терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников, Интернет-источников;

- выявлять вызывающие трудности понимания вопросы, термины, материал, стараться найти ответ в рекомендуемой литературе и иных тематических источниках; в том случае, если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

**2 Методические указания по практическим занятиям**

Важной составной частью учебного процесса в вузе являются семинарские и практические занятия. Семинарские занятия помогают студентам глубже усвоить учебный материал, приобрести навыки творческой работы над документами и первоисточниками.

При подготовке к практическому занятию рекомендуется:

1) ознакомиться с темой и планом занятия, чтобы выяснить круг вопросов, которые будут обсуждаться на занятии;

2) поработать с конспектом лекции по теме занятия, прочитать соответствующие разделы учебников и других источников;

3) выполнить конспект первоисточников и выделить положения и вопросы, не совсем понятные или вызывающие сомнения.

Практическое задание – это форма учебной работы, направленное на освоение отдельных видов, методов и методик предстоящей профессиональной деятельности и научно-исследовательской работы. Перед выполнением практического задания важно ознакомиться с ним, выделить теоретические положения, на основе которых оно может быть выполнено, наметить пути осуществления задания. Если практическое задание требует наличия основной или справочной литературы, ее нужно иметь при себе.

Для подготовки к защите отчета по практическому заданию следует проанализировать полученные сведения и сопоставить их с теоретическими положениями по данному вопросу. При выполнении практического задания особое значение имеет тщательность его проработки и фиксирования результатов. Оформление работы должно осуществляться после окончания работы. При этом рекомендуется:

- оформить практическое задание на формате А4 в соответствии с СТО 02069024.101-2015 «Работы студенческие. Общие требования и правила оформления» указав номер, цель, подробно описав выполнение задания, при необходимости приведя таблицы, рисунки, графики и пр.;

- не делать черновых записей с тем, чтобы потом переписывать их начисто, так как при переписывании возможно внесение ошибок;

- проанализировать, какие новые результаты получены, оценить их, вывести для себя правила и рекомендации. Представить полученные результаты необходимо точно и наглядно.

Студентам рекомендуется ознакомиться заранее с темой и целью практических занятий, со списком литературы, изучить ряд первоисточников, уяснить основные понятия, принципы и категории предмета. Большую помощь в этом может оказать конспектирование. Перед конспектированием следует внимательно изучить список вопросов, выносимых на обсуждение в ходе практического занятия. Конспектируются фундаментальные, основополагающие источники, оригинальные произведения выдающихся педагогов.

При составлении конспекта не нужно конспектировать все подряд, следует выделять самое главное, познавательное, необходимое для подготовки к занятию; не рекомендуется конспектировать то, что непонятно, если во время изучения материала и конспектирования возникают вопросы или замечаниях, желательно их записывать. Качественно выполненный конспект позволит неоднократно его использовать, продумать и проанализировать материал заново, выстроить собственное представление о предмете, найти интересующие проблемы, понять и усвоить их, подготовиться к зачету. Не стоит увлекаться ксерокопирования статей, книг, чужих конспектов. Не следует забывать, что память и работа бывают только своими, соответственно и знания тоже.

Кроме конспектирования, желательно, готовясь к занятиям, ознакомиться с публикациями в периодических изданиях, журналах, посвященных изучаемой теме, а также воспользоваться Интернетом. В ходе практических занятий, высказывая свои суждения, задавая вопросы, студент не только демонстрирует свою подготовленность к занятию, но и лучше понимает и запоминает материал.

Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные положения публичного выступления. В процессе обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для различного рода ораторской деятельности.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора. Выступление студента должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, использовать знание художественной литературы и искусства, факты и наблюдения современной жизни и т. д. Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый. В заключение преподаватель, как руководитель семинара, подводит итоги семинара. Он может проверить конспекты студентов и, если потребуется, внести в них исправления и дополнения.

В заключении преподаватель подводит итоги практического занятия в следующем порядке:

− дает оценку общей подготовке группы к занятию;

− оценивает каждого выступающего, определяя положительные и отрицательные стороны их ответов на вопросы, докладов и информационных сообщений;

− обращает внимание на характер постановки студентами вопросов докладчику и выступающим, на научную глубину и общую культуру ответов. В заключительном слове преподаватель отвечает на вопросы, которые были заданы ему студентами в конце практического занятия.

# 3 Методические указания по самостоятельной работе

Самостоятельная работа наряду с аудиторной представляет одну из форм учебного процесса и является существенной его частью.

Самостоятельная работа — это планируемая работа студентов, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа предназначена не только для овладения каждой дисциплиной, но и для формирования навыков самостоятельной работы вообще, в учебной, научной, профессиональной деятельности, способности принимать на себя ответственность, самостоятельно решить проблему, находить конструктивные решения, выход из кризисной ситуации и т. д.

Согласно новой образовательной парадигме независимо от специализации и характера работы любой начинающий специалист должен обладать фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности своего профиля, опытом творческой и исследовательской деятельности по решению новых проблем, опытом социально-оценочной деятельности. Две последние составляющие образования формируются именно в процессе самостоятельной работы.

Преподаватель лишь организует познавательную деятельность студентов. Студентов сам осуществляет познание. Самостоятельная работа завершает задачи всех видов учебной работы. Никакие знания, не подкрепленные самостоятельной деятельностью, не могут стать подлинным достоянием человека. Кроме того, самостоятельная работа имеет воспитательное значение: она формирует самостоятельность не только как совокупность умений и навыков, но и как черту характера, играющую существенную роль в структуре личности современного специалиста высшей квалификации.

Самостоятельная работа включает воспроизводящие и творческие процессы. В зависимости от этого различают три уровня самостоятельной деятельности аспирантов:

1. Репродуктивный (тренировочный) уровень.

2. Реконструктивный уровень.

3. Творческий, поисковый.

1. Тренировочные самостоятельные работы выполняются по образцу: решение задач, заполнение таблиц, схем и т. д. Познавательная деятельность проявляется в узнавании, осмыслении, запоминании. Цель такого рода работ — закрепление знаний, формирование умений, навыков.

2. Реконструктивные самостоятельные работы. В ходе таких работ происходит перестройка решений, составление плана, тезисов, аннотирование. На этом уровне могут выполняться рефераты.

3. Творческая самостоятельная работа требует анализа проблемной ситуации, получения новой информации.

Формы самостоятельного изучении курса могут быть разнообразными: аннотирование, рецензирование, конспектирование, реферирование, написание докладов и рефератов; подбор методического материала, рекомендаций, памяток, заданий на саморазвитие и самопознание., составление библиографического списка (по отдельным разделам, темам), решение психологических задач, составление структурно-логических схем, подготовка презентаций, выполнение творческого задания и т.д.

Аннотирование литературы — перечисление основных вопросов, рассматриваемых автором в той или иной работе. Особо следует выделять вопросы, имеющие прямое отношение к изучаемой проблеме.

Конспектирование литературы. Сам термин «конспект» означает краткое изложение какой-то статьи, книги, выступления, речи и т. д. Существует мнение, что конспектирование необходимо только для лучшего запоминания материала (например, лекций). Однако более важным здесь является возможность обращения к конспекту с целью более глубокого или нового (под новым углом зрения) осмысления законспектированного материала. Для этого конспект должен быть кратким, ясным, полным и точным.

Краткость и ясность изложения не должны противоречить требованиям полноты и точности, без которых конспект превращается в заметки по поводу прочитанной книги. Для достижения большей точности основные положения работы необходимо записывать в формулировках автора, указывая страницу, на которой изложена записываемая мысль. Полнота конспекта достигается за счет фиксации основных положений работы, воспроизведения логики авторского изложения материала.

Для того чтобы иметь возможность при последующей работе с конспектом записывать свои замечания и рассуждения, лучше всего конспектировать только на одной стороне листа, оставляя вторую пустой.

Как и всякому умению, конспектированию надо учиться. Лишь со временем приходит способность быстро и точно выбирать из читаемого главное содержание. При конспектировании полезно изучаемый источник читать, по меньшей мере, два раза. При первом чтении складывается общее впечатление о работе, при втором выделяется главное содержание, которое и заносится в конспект.

Опытный читатель при конспектировании научной работы опирается на ее основные структурные элементы: гипотезу, теоретическую и экспериментальную проверку гипотезы, факты, эмпирические и теоретические обобщения, методику эксперимента.

При конспектировании важно сразу же находить значения непонятных терминов, используя для этого разнообразную справочную литературу.

Основными видами аудиторной самостоятельной работы являются:

* выполнение лабораторных и практических работ по инструкциям; работа с литературой и другими источниками информации, в том числе электронными;
* само- и взаимопроверка выполненных заданий;
* решение проблемных и ситуационных задач.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Перед выполнением внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультацию с определением цели задания, его содержания, сроков выполнения, ориентировочного объема работы, основных требований к результатам работы, критериев оценки, форм контроля и перечня литературы.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня подготовленности обучающихся.

Для обеспечения внеаудиторной самостоятельной работы по дисциплине преподавателем разрабатывается перечень заданий для самостоятельной работы, который необходим для эффективного управления данным видом учебной деятельности обучающихся.

Преподаватель осуществляет управление самостоятельной работой, регулирует ее объем на одно учебное занятие и осуществляет контроль выполнения всеми обучающимися группы. Для удобства преподаватель может вести ведомость учета выполнения самостоятельной работы, что позволяет отслеживать выполнение минимума заданий, необходимых для допуска к итоговой аттестации по дисциплине.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

При выполнении внеаудиторной самостоятельной работы обучающийся имеет право обращаться к преподавателю за консультацией с целью уточнения задания, формы контроля выполненного задания.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проводиться в письменной, устной или смешанной форме с представлением продукта деятельности обучающегося.

В качестве форм и методов контроля внеаудиторной самостоятельной работы могут быть использованы зачеты, тестирование, самоотчеты, контрольные работы, защита творческих работ и др.

**4 Методические указания по проведению тестирования**

Тесты можно использовать как на любом этапе занятия в вузе, так и при изучении нового материала, его закреплении и обобщении и при итоговом контроле.

При изучении нового материала тесты применяются для организации самостоятельной работы обучающихся, при этом тестовое задание может не только опираться на знания, полученными студентами на предыдущих занятиях, но иметь поисковый, эвристический, проблемный характер.

При закреплении или проверки текущего материала используются тесты-минутки рассчитанные на 10–15 мин урока и содержащие 5–10 вопросов.

При итоговом контроле тестирование проводится либо в конце семестра, либо перед рубежным контролем, при этом тесты охватывают материал по крупным блокам (определенную тему, раздел). Их выполнение рассчитано на целое занятие. Экзаменационный тест должен охватывать материал всего курса.

Тесты пригодны как для фронтальной, так и для групповой и индивидуальной работе студентов. С помощью тестовых заданий и вопросов значительно проще подобрать материал, для каждого конкретного обучаемого, соответствующий уровню его развития, возрастным мотивационным особенностям.

Тесты можно использовать не только на занятии в вузе, но и в качестве домашнего задания, в отдельных случаях можно предложить обучающимся составить тестовые задания, что научит студентов правильно формулировать вопросы, будет способствовать формированию умений обобщать и анализировать полученные знания применять их на практике.

**Методика составления и проведения тестов.**

Основными этапами любого тестирования являются:

1. Целеполагание, т.е. постановка конкретных целей перед тестированием и понятных студентам.
2. Подготовка и сбор информации для составления теста, соответствующей образовательной программе, учебникам и пройденному материалу.
3. Разработка и конструирование теста, т.е. выбор определенных видов тестовых вопросов и заданий с учетом определенных требований: надежности, точности, лаконичности; недопустимости применения двусмысленных вопросов; использование дополнительной литературы, энциклопедий, справочников для составления тестов, а также для индивидуальной работы со студентами.
4. Подготовка участников тестирования заключается в мотивации, настрое и тренинге.
5. Непосредственно тестирование должно стать одним из видов учебной деятельности обучающихся.
6. После проведения тестирования наступает обработка теста, т.е. проверка с помощью ключа.
7. Итогом результатов тестирования должен стать анализ результатов.
8. Публикация результатов тестирования. Студенты должны быть ознакомлены с результата тестирования, они должны быть допущены к просмотру выполненных работ и имеют право на апелляцию.

При всем многообразии тестовых задании можно выделить всего четыре основных группы тестов:

- задание на выбор правильного ответа;

- приведение в соответствие или классификацию объектов;

- расположение объектов в определенном порядке;

- “открытые” тесты, где необходимо вписать “пропущенные” слов.

Тесты, предъявляемые студенту, включают задания по всем 7 разделам и содержатся в ФОСе дисциплины: [Медиапланирование как отрасль научного знания](http://evartist.narod.ru/text10/17.htm) и особый вид деятельности в сферах PR и рекламы.  [Влияние маркетинговых характеристик объекта на процесс медиапланирования](http://evartist.narod.ru/text10/18.htm).  [Целевые сегменты рынка и соответствие им рынка средств массовой информации](http://evartist.narod.ru/text10/19.htm). Критерии выбора каналов распространения рекламы. Медиасреда и медиасредства распространения рекламы и PR-информации. [Использование компьютерных технологий в медиапланировании](http://evartist.narod.ru/text10/22.htm). [Оценка эффективности медиаплана](http://evartist.narod.ru/text10/23.htm).

**5 Методические указания по подготовке к собеседованию (опросу)**

Опрос относится к методу контроля как способу деятельности преподавателя и студентов, в ходе которых выявляются усвоение учебного материала и овладение студентами требуемыми знаниями, умениями и навыками. В вузах основными методами контроля знаний, умений и навыков студентов являются: устный опрос, письменная проверка.

Общее значение этих методов заключается в том, чтобы наилучшим образом обеспечить своевременную и всестороннюю обратную связь между студентами и преподавателями, на основании которой устанавливается, как студенты воспринимают и усваивают учебный материала.

**Устный опрос** - наиболее распространенный метод контроля знаний студентов. При устном контроле устанавливается непосредственный контакт между преподавателем и студентом, в процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных особенностей усвоения студентами учебного материала.  
Устный опрос требует от преподавателя большой предварительной подготовки: тщательного отбора содержания, всестороннего продумывания вопросов, задач и примеров, которые будут предложены, путей активизации деятельности всех студентов группы в процессе проверки, создания на занятии деловой и доброжелательной обстановки.

**Различают фронтальный, индивидуальный и комбинированный опрос.** По данной дисциплине на разных занятиях используются разные 2 вида устного опроса.

**Фронтальный**опрос проводится в форме беседы преподавателя с группой.  
Он органически сочетается с повторением пройденного, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что а активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически взаимосвязанными друг с другом, даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала, который был только что разобран на занятии.

Вопросы должны иметь преимущественно поисковый характер, чтобы побуждать студентов к самостоятельной мыслительной деятельности.

**Индивидуальный опрос** предполагает обстоятельные, связные ответы студентов на вопрос, относящийся к изучаемому учебному материалу, поэтому он служит важным учебным средством развития речи, памяти, мышления студентов. Чтобы сделать такую проверку более глубокой, необходимо ставить перед студентами вопросы, требующие развернутого ответа. Вопросы для индивидуального опроса должны быть четкими, ясными, конкретными, емкими, иметь прикладной характер, охватывать основной, ранее пройденный материал программы. Их содержание должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать, доказывать, подбирать убедительные примеры, устанавливать причинно-следственные связи, делать обоснованные выводы и этим способствовать объективному выявлению знаний студентов. Вопросы обычно задают всей группе и после небольшой паузы, необходимой для того, чтобы студенты поняли его и приготовились к ответу, вызывают для ответа конкретного студента.  
Для того чтобы группа слушала ответ своего товарища, студентам предлагается составить план ответа, оценить (проанализировать) ответ (полноту и глубину, последовательность, самостоятельность, форму). Можно проводить подобную работу в виде рецензирования ответа товарища. Эта работа первоначально сложна для студентов, поэтому их следует обучить элементарным правилам рецензирования, например, предложить следующий план рецензии: определить полноту ответа, его правильность, выявить ошибки, недочеты, последовательность (логику) изложения. Студенты могут предложить свой план ответа. Для подготовки рецензии следует рекомендовать студентам записывать свои замечания по ходу ответа. В таких случаях можно оценить не только отвечающего у доски, но и тех, кто участвовал в обсуждении. Можно использовать и такой прием, вызывающий интерес к проверке, как постановка вопросов студенту, отвечающему у доски. В тех случаях, когда студент испытывает затруднение, преподаватель предлагает группе задавать вопросы в такой последовательности, чтобы ответы на них позволили полностью и логично раскрыть содержание полученного задания. Для организации коллективной работы группы во время индивидуального опроса преподаватель может дать и такое задание, как приведение примеров по тому иди иному положению ответа.

Опрос (собеседование) запланирован по всем разделам дисциплины.

**6 Методические указания по подготовке к контрольной работе**

Контрольная работа – это такая часть образовательного процесса, благодаря которой возможно измерение уровня знаний, навыков и умений обучающегося, в нашем случае бакалавра. Контрольная работа является одним из основных видов самостоятельной работы, т.е. такой организационной формы обучения, благодаря которой обеспечивается управление учебной деятельностью обучающихся по усвоению знаний и умений в области учебно-познавательной деятельности, осуществляемой без посторонней помощи.

*Контрольная работа* предлагается студентам в форме реферата по одной из тем.

*Подготовка реферата.* Реферативные работы, как и научный доклад, могут быть трех видов:

1) критическая рецензия на научную работу,

2) аналитический обзор исследований по теме,

3) критический анализ дискуссии.

Указанные работы включают анализ литературы по выбранной проблеме, на основе которого формулируются задачи экспериментального исследования.

*Структура реферата* определяется его видом.

Необходимо строго соблюдать правила ссылки на используемые литературные источники. Слова цитируемых авторов следует брать в кавычки, указывая в скобках порядковый номер литературного источника по списку литературы, который дается в конце реферата; через запятую дается страница. Если мысль какого-то автора излагается собственными словами, то кавычки не ставятся, но обязательно в скобках указывают номер литературного источника. Если приводимая мысль встречается в ряде работ, то в скобках соответствующие номера литературных источников указываются через точку с запятой.

Характерными ошибками при написании реферата являются: переписывание целых кусков из реферируемых источников без ссылки на источник, без собственного анализа и обобщений; отсутствие четкой структуры работы (плана, выделения главных мыслей), выводов, бездоказательность изложения (отсутствие логического или экспериментального обоснования выводов), отсутствие собственной позиции автора реферата, а также списка литературы или указание тех публикаций, которые не были использованы при написании реферата и на которые нет ссылок в тексте.

Жестких требований к структуре или объему реферата не предъявляется. Базовый вариант структуры может состоять из следующих частей: Аннотация; Содержание; Введение; Основная часть; Заключение; Приложения; Аннотация.

В аннотации кратко излагается суть содержания документа, причины и обстоятельства его появления, цели и задачи объекта, методы исследования, обоснование и полученные результаты. Каждый из этих параметров начинается с абзаца. В аннотации указываются используемые источники информации. Размер аннотации не должен превышать 2/3 страницы формата А4.

*Содержание.*

Включает в себя наименования всех структурных частей документа с указанием номеров страниц, на которых размещается начало каждой части.

*Введение.*

Включает в себя несколько составных частей, которые не выделяются подзаголовками, но присутствуют в обязательном порядке. Введение включает в себя постановку проблемы (то есть ее предназначение, характеристику основных методологических принципов при ее изучении, четко сформулированную цель, причины и основания исследования, круг вопросов, подлежащих рассмотрению). Разъясняется, какая методика использовалась при обработке информации.

*Основная часть.*

Излагается суть исследования. В логической последовательности дается изложение исследуемых вопросов темы (выделенных, как правило, в подразделы) на основе самостоятельного изучения источников и привлечения, где это необходимо, исследовательской и иной литературы. Поэтапный анализ и обобщения. Выдвижение гипотез, версий и их обоснование. Состоит из разделов и подразделов.

*Заключение.*

В конце Аналитической записки должны быть обязательно Выводы, Прогноз и Предложения (Рекомендации). Строятся они на основании результатов анализа материалов, приводимых в разделах, но не повторяют их, а обобщают.

*Основные требования к выводам:*

- непротиворечивость и жесткая логическая взаимосвязь с основным текстом подраздела;

- отсутствие прямых повторений текста раздела;

- недопустимость выводов, не обоснованных основным текстом;

- выводы должны характеризовать рассматриваемый период или явление;

- в обязательном порядке выводы должны содержать общие прогнозные оценки протекания процессов на ближайшую перспективу;

- подводится общий итог исследований по указанной тематике;

- текст выводов должен быть краток.

Исходя из выводов, указывается перечень мероприятий, предложений или их варианты для предотвращения причин, следствий того или иного события, а также прогнозируются те события, действия, которые могут произойти, если не выполнить или не принимать во внимание данные выводы и предложения.

Вводные и заключительные части выделяются курсивом.

Объем итогового заключения не должен превышать одной страницы.

Студентам предлагаются ***практические задания для контрольной работы, связанные с составлением авторских медиапланов или фирмы, или магазина, или рекламной кампании*.** Задания расписаны в ФОСе дисциплины.

Медиаплан – расписание показов рекламных материалов. Медиапланирование – планирование рекламной кампании, основа которого заключается в выборе медианосителей (ТВ, пресса, радио, наружная реклама, интернет) для доставки рекламного сообщения. Медиаплан – документ, в котором содержится подробная информация о будущей рекламе. Причём, в этом документе содержатся не просто планы на рекламу из серии “Так хочу!”, составляющие куда шире – расписание рекламных показов, даты их выхода, каналы, которые будут использоваться, необходимые затраты и даже ожидаемый результат. Специалисты в области маркетинга говорят, что это очень крутая и полезная штука. Не даром составление медиапланов началось еще в 1964-м году. Именно тогда американский (жаль не русский) рекламист Роджер Бартон отследил повышение эффективности рекламных кампаний, основанных на четко прописанном плане по сравнению с рекламой, которая делается хаотично. Получить быстро медиаплан не получится, так как это довольно долгая и кропотливая работа. В среднем, у нас уходит на это дело пару дней, при условии, что участвует не один человек. Первым делом нужно выписать все возможные каналы и способы, формы рекламы для вашей ДП. Выписываем только те, что точно подходят. Этот документ будет Вашим вторым ежедневником. Вы будете постоянно к нему обращаться, как в момент создания медиаплана, так и в процессе работы.

***Этапы составления медиаплана***

*Этап 1.* Настоящая ситуация.

Перед тем как начнём творить, Вам нужно хорошо пораскинуть мозгами в сторону анализа рынка.

*Этап 2.* Целеполагание.

Далее Вам необходимо определиться с главной целью, для чего нужен медиаплан именно Вам. Для того чтобы целеполагание было максимально эффективным, нужно сделать его измеримым.

*Этап 3.* Целевая аудитория.

Вы скажете: “ну зачем с этим заморачиваться”. Однако, это надо. Вы прекрасно понимаете, что если не знаете кому, то не знаете, что, где и когда.

*Этап 4.* Рекламный бюджет.

*Этап 5.* Способы воздействия.

Вам необходимо определиться, как именно Вы будете воздействовать на аудиторию. Рекламу можно показывать разными стратегиями. Рекомендуют 3 варианта действий:

1. Стратегия постоянного воздействия. Реклама постоянной интенсивности на протяжении длительного периода времени (квартал/полгода/год) без каких-то скачков и перепадов.

2. Стратегия пульсирующего воздействия. Реклама, действующая постоянно, а вот ее интенсивность периодически снижается или повышается (ярко выражено в сезонном бизнесе).

3. Стратегия очагового воздействия. Реклама показывается периодами, то она резко появляется, то она стремительным темпом исчезает с поля зрения людей. Большинство медиапланов в рекламной деятельности строится на стратегии очагового воздействия.

*Этап 6.* Сроки проведения.

Разработка медиаплана рекламной кампании не имеет смысла при составлении менее, чем на 3 месяца. Но и составлять в первый раз сразу на год из серии “один раз отмучаюсь”, тоже не вариант. Составление медиаплана на 3-6 месяцев – оптимальный вариант, за это время Вы получите ожидаемый результат и не наломаете дров.

*Этап 7.* Каналы и основные посылы.

Для многих это один из самых главных моментов во всем медиаплане. Вам нужно выбрать канал. Нужно не просто выбрать его из расчета – он хороший и нам он подходит. А из расчета – там водится наша целевая аудитория.

*Этап 8.* График, частота и формат выходов.

На этом этапе Вы продумываете не только общую продолжительность медиаплана, но и длительность каждого канала рекламы в отдельности. Ведь Вы можете поступать по-умному и не сразу запустить всю рекламу, а действовать по нарастающей. Например, сначала подключаете каналы с большим охватом, чтобы примелькаться, а уже потом запускаете более точечные, чтобы спровоцировать человека на действие. Исходя из графика Вы также должны просчитать частоту выходов. То есть сколько раз человек увидит Ваш один рекламный посыл. Но здесь не стоит вводить себя в заблуждение. Если человек увидит Вашу рекламу 3 раза, а не 1, не значит, что он с тройной вероятностью придёт к Вам. Закономерности здесь нет. Можно лишь точно сказать, что ему будет проще принять решение. Но насколько точно – сказать нельзя.

*Этап 9*. Запуск и оптимизация.

Медиаплан в маркетинге – это Ваша рекламная библия. После того, как Вы её создали, каждый придерживается написанных в ней постулатов. Вы строго действуете по плану, так как для Вас это де-факто. Но! Есть другая сторона медали, Вам нужно иметь ясные глаза, чтобы видеть реальную ситуацию и при необходимости её корректировать, ведь оптимизацию медиаплана никто не отменял. Вы можете увидеть, сколько человек просмотрели вашу рекламу. Если никто и ни разу – какой смысл там ее размещать. Также Вам нужно знать, что нет идеальных планов. У всех они выглядят по-разному и включают разную информацию. Поэтому нельзя говорить, что Ваш план плохой, а наш план хороший. Главное, чтобы он решал Вашу задачу, а как он будет оформлен и что в нём.

*Этап 10.* Презентация медиаплана.

**7 Методические указания по** **написанию эссе**

Эссе пишется для того что бы обосновать конкретную точку зрения, сделать анализ, интерпретацию фактов. Написание эссе имеет важные навыки развития и образовательные функции. Это позволяет студентам практиковать и развивать передаваемые навыки, которые ценны не только во время учебы, но и после завершения обучения и должны выступать в профессиональной роли. Эти передаваемые навыки включают: чтение и запись; критическое мышление и анализ; организация идей; аргументация; эффективное взаимодействие с читателем. Эссе побуждает студента развивать формальный, дисциплинированный подход к написанию работы с четкой и ясной целью. Дает возможность сосредоточиться на изучении и обобщении того, что вы изучаете. Позволяет разрабатывать и организовывать свое мышление о ключевых концепциях и проблемах в курсе, который вы изучаете.

Эссе является научным изложением. Это означает, что автор эссе пытается сказать правду. Хотя это, не означает, что каждое слово эссе должно быть буквально истинным. Гипотетические примеры могут быть эффективным способом иллюстрации точки зрения. Но такие образные иллюстрации всегда должны служить цели прояснения или утверждения, которое, по мнению автора, действительно истинно, в реальном мире. Цель эссе – помочь студентам овладеть навыками рассуждений проблемного характера. В рассуждении проблемного характера ставится какая-то проблема, какой-то сложный важный вопрос. Цель автора такого рассуждения состоит, по сути, в том, чтобы разрешить эту проблему, найти ответ, который и станет основным тезисом рассуждения. Эссе – настоящее письмо, написанное кому-то. И поэтому его цель – заинтересовать своих читателей, вовлечь их в процесс размышления и в конечном итоге заставить принять идеи которые были представлены.

Эссе (франц. essai – опыт, набросок) – жанр философской, эстетической, литературно-критической, художественной, публицистической литературы, сочетающий подчеркнуто индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь. Эссе (англ. essay – очерк, попытка, проба) представляет собой сжатое изложение какого-либо вопроса, отражающее индивидуальную позицию автора. Эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения автора по конкретному поводу или предмету и не претендует на исчерпывающую или определяющую трактовку темы. В отношении объѐма и функции граничит, с одной стороны, с научной статьѐй и литературным очерком, с другой − с философским трактатом.

Работа выполняется студентом самостоятельно и сдается в установленные преподавателем сроки. Студенту следует тщательно готовиться к выполнению работы. Успешное выполнение работы во многом зависит от правильной организации ее подготовки и написания, а также соблюдения основных требований, которые к ней предъявляются.

*Основные цели эссе:*

1. Развитие навыков самостоятельного творческого мышления.

2. Выработка навыков аргументирования, противопоставления при анализе ситуаций.

3. Обучение краткости и последовательности изложения своих мыслей. Выполнение данного вида работы требует от студентов умения анализировать материал, размышлять на заданные темы и в краткой форме излагать свои мысли.

Студентам предлагается написать эссе по 8 темам (на выбор)

*Задания к теме:*

1. Найдите определение жанра «Эссе», прочитайте об особенностях этого жанра.

2. Напишите эссе на любую представленную тему по вашему выбору.

*Темы:*

1 Выбор канала размещения рекламы в рамках целевого маркетинга.

2 [Целевые сегменты рынка и соответствие им рынка средств массовой информации](http://evartist.narod.ru/text10/19.htm).

3 Критерии выбора каналов распространения рекламы.

4 Медиасреда и медиасредства распространения рекламы и PR-информации.

5 [Использование компьютерных технологий в медиапланировании](http://evartist.narod.ru/text10/22.htm).

6 [Оценка эффективности медиаплана](http://evartist.narod.ru/text10/23.htm).

7 Социологические исследования в области рекламы в средствах массовой информации.

8 Расчет основных показателей медиаплана.

**8 Методические указания по подготовке исследовательского медиапроекта**

1. *Задания к теме:*

1 Провести контент-анализ рекламных материалов любого печатного издания (газета, журнал) по выбору студента.

Требования к выполнению задания.

Задание выполняется письменно и представляет собой анализ произвольно выбранного рекламного сообщения по нижеуказанным параметрам. Нормативный объем реферата - не менее З страниц (размер шрифта -12, интервал -1).

Проведение исследовательского проекта включает в себя выполнение следующих заданий:

1) анализ общего объема рекламы в номере (в процентах от общей площади);

2) подсчет соотношения доли различных видов рекламы (потребительская отдельных видов товаров, инвестиционная, имиджевая, и т.д.) в общем объеме рекламы, принятой за 100%);

3) характеристика различных видов рекламы в номере (информационная насыщенность, изобразительный ряд);

4) выявление зависимости рекламы, опубликованной в анализируемом номере, от типологических характеристик издания;

5) анализ используемых в рекламе гендерных, этнических, профессиональных, возрастных стереотипов;

6) определение характеристик посредников рекламных сообщений («звезды», «люди из толпы», фантастические существа, животные и т.д.);

7) определение охвата целевой аудитории через анализ используемых в рекламном сообщении неологизмов, архаизмов, молодежного или профессионального слэнга;

8) выявление дизайнерски-композиционной эффективности построения рекламного сообщения через анализ основных конструктивных параметров (расположение заголовка, основного текста, насыщенного продающими моментами и иллюстраций, наличие свободного пространства и т.д.).

**9 Методические рекомендации по выполнению ситуационных задач**

*Вопросы и задания:*

Группа студентов разделяется на две команды. Каждая команда разрабатывает информацию для рекламного агентства. Затем одна из команд представляет свою информацию другой команде, которой теперь предстоит выполнить роль рекламного агентства, и наоборот. Каждая команда должна:

1. Выбрать товар и рынок (из предложенных ниже).

2. Выбрать из опросного листа те позиции, которые соответствуют выбранной задаче, и представить информацию агентству.

3. Используя предложенную информацию, выбрать средство распространения рекламы, вид рекламы и разработать ее содержание.

4. Дать оценку работы агентства и степени полноты информации, которую ему представил рекламодатель.

Требования к выполнению задания.

Задания по обеим ситуационным задачам выполняются письменно и представляет собой анализ произвольно выбранного рекламного сообщения по нижеуказанным параметрам. Нормативный объем реферата - не менее З страниц (размер шрифта -12, интервал -1).

*Ситуационная задача 1 «Подготовка информации для проведения медиакампании»* подробно описана в ФОСе

*Ситуационная задача 2 «Реклама на телевидении».*

Задание включает контент-анализ телевизионной рекламы коммерческого продукта или услуги, относящихся к одной товарной категории (например, пиво, косметика, йогурты, шоколад, автомобили и т.д.), по материалам которого студенты заполняют таблицу и отвечают на вопросы, которые приводятся в ФОСе.

*Вопросы для обсуждения:*

1. Наличествует ли в рекламном сообщении подстройка под определенные потребительские, культурные, национальные, политические гендерные ценности? Каково содержание данного ценностного комплекса и как он используется?

2. Какую стереотипную идентификацию с персонажами или социальными/бытовыми ситуациями предлагают зрителю создатели роликов?

3. Какой набор символических инструментов используют рекламисты для конструирования рекламного сообщения (визуальная и аудиальная символика, фоновый контекст, архетипы и стереотипы, слоганы, отсылки к прошлому, настоящему или будущему)?

**10 Методические рекомендации к проведению игры**

*Деловая (ролевая игра) «Поведение журналиста в кризисной ситуации»*

*Цель занятия*: показать студентам механизмы принятия оптимально правильных решений в кризисных ситуациях, познакомить их со способами предотвращения конфликта и выхода из него, научить их методам стрессоустойчивости.

Задания для деловой игры

Вниманию студенческой аудитории предлагается кризисная экономическая (например, ведение «газовых» переговоров между Газпромом и украинскими газовыми компаниями), этнополитическая (например, проблема определения статуса края Косово, Крыма), трудовая (трудовые споры о повышении зарплаты) или семейная ситуация. Группа студентов делится на три команды, представляющие две конфликтующие стороны и сторону посредника. В группе моделируются переговоры с участием посредника, ход и результаты которых оцениваются с позиций владения мастерством переговорщика при отстаивании своих интересов и способности идти на компромисс.

Требования к выполнению

Оценивается, насколько представленные команды сумели применить эффективные приемы профессионального переговорщика, как-то: переход на язык оппонента, концентрацию на интересах, а не на позициях, настаивание на принципиальном урегулировании, креативность в предложении вариантов урегулирования. Полученный за участие балл присваивается всем участникам творческой группы.

**11 Методические указания по промежуточной аттестации и итоговому контролю знаний по дисциплине**

При проведении промежуточной аттестации и итогового контроля знаний в форме зачета обучающимся устанавливаются оценки «зачтено» и «не зачтено».

Критерии оценки:

«Зачтено» - выставляется студенту, показавшему знание основного учебного материала в объеме, необходимом, для дальнейшей учебы, знающему основную литературу и не допустившему ошибок и неточностей в ответе;

«Не зачтено» - выставляется студенту, имеющему значительные пробелы в знании основного материала, неверное понимание сути изученного материала, содержащие принципиальные ошибки в выполнении зачетного задания

**10 Литература, рекомендуемая для изучения дисциплины**

**Основная литература**

1.Романов, А.А. Медиапланирование : учебно-практическое пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев, Р.В. Каптюхин. - М. : Евразийский открытый институт, 2010. - 240 с. - ISBN 978-5-374-00391-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93170](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93170)

2. Бузин, В.Н. Медиапланирование: теория и практика: учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 492. [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=82955)

**Дополнительная литература**

1.Черных, А. Мир современных медиа / А. Черных. - М. : Издательский дом «Территория будущего», 2007. - 309 с. - (Университетская библиотека Александра Погорельского). - ISBN 5-91129-037-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955)

2. Шустрова, О.И. Пространство медиа искусства / О.И. Шустрова. - СПб. :Алетейя, 2013. - 132 с. - ISBN 978-5-91419-830-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=138939](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=138939)

**Периодические издания**

1. Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
2. Альма матер (Вестник высшей школы) : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.
3. Вопросы языкознания : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
4. Социологические исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
5. Проблемы теории и практики управления : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2019.
6. Социальная политика и социальное партнерство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать",

2018, 2019.

1. Вопросы психологии : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
2. Общество и экономика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.
3. Социологические исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.
4. Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.
5. Экономическая наука современной России : информационный бюллетень: журнал. - М. :

ВИНиТИ, 2018.

1. Общество и экономика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.
2. Региональная экономика: Теория и практика : журнал. - М. : ООО "Издательский дом

Финансы и Кредит", 2018

1. Российский экономический журнал : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.

**Интернет-ресурсы**

1. Вестник Московского университета - <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu->bulletin/
2. Энциклопедический словарь журналиста/- <http://www.tuj.tj/encyclopedia.htm>
3. Сайт журнала «Журналист»/ - [www.journalist-virt.ru](http://www.journalist-virt.ru)
4. Каталог статей и учебных пособий «JourClab», предназначенных для помощи студентам.-<http://www.jourclab.ru>
5. Порталус – крупнейшая онлайн-база авторских научных публикаций в России – <http://www.portalus.ru>
6. «Медиалогия» ([www.medialogia.ru](http://www.medialogia.ru))
7. «Интегрум» ([www.integrum.ru](http://www.integrum.ru))
8. «Регнум» ([www.regnum.ru](http://www.regnum.ru)).
9. https://openedu.ru/ - «Открытое образование»; Курс «Язык современной рекламы и СМИ»https://openedu.ru/course/spbu/LNGADV/
10. https://www.lektorium.tv/ - «Лекториум». Курс «Основы успешного делового общения» https://www.lektorium.tv/mooc2/32867