

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1164275	Медиапланирование

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Реклама и связи с общественностью	Код ОП 1. 42.03.01/33.01
Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью	Код направления и уровня подготовки 1. 42.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Шматов Георгий Артемович	к.ф.-м.н. , доцент	старший научный сотрудник	Институт естественных наук и математики

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Медиапланирование**

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль «Медиапланирование» формирует у обучающихся способности постановки целей маркетинговых коммуникаций, выработку стратегии для достижения этих целей и составления оптимального плана размещения рекламы в СМИ на основе данных маркетинговых и медиа-исследований.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Медиапланирование	3
ИТОГО по модулю:		3

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Медиапланирование	ПК-3 - Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	З-3 - Современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов З-4 - Маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента У-1 - Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты

		П-1 - Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации
--	--	---

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Медиапланирование

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Шматов Георгий Артемович	к.ф.-м.н. , доцент	старший научный сотрудник	Институт естественных наук и математики

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 31 от 26.05.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Шматов Георгий Артемович, старший научный сотрудник, Институт естественных наук и математики

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Теория медиапланирования	<p>Предмет, цели и задачи курса. Обзор литературы по массовым коммуникациям и медиапланированию. Обзор современных методик и программных продуктов по медиапланированию. Основные цели и задачи медиапланирования. Медиапланирование – технология оптимального размещения рекламы. Структура курса.</p> <p>Маркетинг-микс, коммуникации, реклама и медиапланирование. Цели рекламы, этапы создания эффективной системы коммуникаций. Место медиапланирования и рекламы в системе маркетинга и интегрированных маркетинговых коммуникаций. Обзор основных этапов планирования рекламной кампании. Мониторинг рекламы, анализ эффективности, коррекция рекламной кампании.</p> <p>Основные понятия медиапланирования. Рейтинги медиа, индексы соответствия, суммарный рейтинг, число контактов, охват аудитории, предельный охват, частотное распределение охвата, эффективная частота контактов и эффективный охват аудитории, средняя частота контактов, доля рекламного голоса, стоимость пункта рейтинга и стоимость тысячи контактов, S-индексы.</p> <p>Маркетинговые исследования и медиапланирование. Методы маркетинговых исследований. Основные понятия</p>

		<p>медиаисследований: генеральная совокупность, выборка, репрезентативность, доверительная вероятность и доверительный интервал. Ошибка измерения рейтингов, минимально значимый рейтинг, объем репрезентативной выборки. Зависимость ошибки измерения рейтингов от объема выборки и объема исследуемой совокупности. Зависимость объема выборки от ошибки измерения рейтингов и объема исследуемой совокупности. Методики медиапланирования и данные медиаисследований.</p>
<p>P2</p>	<p>Технология медиапланирования</p>	<p>Реклама и медиапланирование: этапы стратегического и тактического планирования. Ситуационный анализ, SWOT-анализ. Цели рекламы, модели рекламного воздействия – AIDA, DAGMAR и др. Выбор целевой аудитории на основе принципа лояльности и метод рычага. Методы формирования рекламного бюджета – метод Пекхэма, метод равновесия, метод Шроера, экспертный метод, метод пяти вопросов. Выбор схемы рекламных циклов. Создание идеи рекламной кампании, метод RAM- проводника.</p> <p>Реклама и медиапланирование: этапы медиапланирования и анализа эффективности медиаплана. Выбор критерия эффективности размещения рекламы и методики медиапланирования. Классификация критериев эффективности медиаплана. Определение эффективной частоты контактов, методы Кругмана, Остроу, Росситера и Перси. Медиапланирование по эффективной частоте и эффективному охвату. Теория Recency/Shelf Space.</p> <p>Основы количественной теории медиапланирования. Методы вычисления полного охвата аудитории, частотного распределения охвата и эффективного охвата аудитории. Примеры вычисления полного и эффективного охватов. Вычисление полного, среднего и среднеэффективного числа контактов. Методы вычисления медиапараметров групп СМИ. Оптимизация размещения рекламы в СМИ. Закон стоимости накопления охвата, закон изменения коммуникационной эффективности медиа. Прогнозирование продаж и прибыли, полученных от рекламы. Возврат инвестиций в рекламу. Оценка эффективности рекламы методом дисконтированных денежных потоков.</p> <p>Принципы выбора средств рекламы. Основные и вспомогательные средства рекламы. Функция внимания в рекламе.</p> <p>Медиапланирование с программой EMP. Общие сведения о программном обеспечении. Планер СМИ. База данных, вид и структура планера СМИ. Бизнес-планер, создание документа бизнес-планера. Вид, структура и возможности бизнес-планера. Вычисление медиапараметров, оптимизация медиапланов с помощью программы EMP.</p>

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	проектная деятельность целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности Технология самостоятельной работы	ПК-3 - Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	П-1 - Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Медиапланирование

Электронные ресурсы (издания)

1. Бузин, В. Н.; Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие.; Юнити-Дана, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684925> (Электронное издание)
2. Бузин, С. В.; Коммуникации в современной организации: сущность, элементы и этапы коммуникационного процесса, их значимость в повышении эффективности менеджмент : монография.; Лаборатория книги, Москва; 2012; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141265> (Электронное издание)
3. Богданов, В. В.; Теория и практика связей с общественностью: медиарилейшнз : учебное пособие.; Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск; 2011; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228824> (Электронное издание)
4. , Синяева, И. М.; Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник.; Юнити-Дана, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685454> (Электронное издание)
5. Романов, А. А.; Медиапланирование: учебно-практическое пособие : учебное пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93170> (Электронное издание)
6. Шарков, Ф. И.; Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689> (Электронное издание)
7. Назайкин, А. Н.; Менеджмент рекламы в современных СМИ. В интернете, прессе, на телевидении и радио: учебно-практическое пособие : учебное пособие.; СОЛОН-ПРЕСС, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488372> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Головлева, Е. Л.; Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие.; Деловая книга, Екатеринбург; 2009 (38 экз.)
2. Шматов, Г. А., Попов, Е. В.; Основы экономико-математической теории медиапланирования :

[монография].; ЛЕНАНД, Москва; 2019 (19 экз.)

3. Шматов, Г. А., Мазуров, В. Д.; Основы медиапланирования: эвристический подход : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2007 (60 экз.)

4. Шматов, Г. А., Мазуров, В. Д.; Основы медиапланирования: эвристический подход : [учеб. пособие для мат.-мех. и экон. фак. (Направление 510200 "Прикладная математика и информатика" Специальность 350700 "Реклама")]; Изд-во Урал. ун-та, Екатеринбург; 2005 (50 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;

Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;

Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;

ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>;

Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90235.html> (дата обращения: 07.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;

Чилинбир, Е. Ю. Медиаанализ и медиапланирование : учебное пособие / Е. Ю. Чилинбир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 103 с. — ISBN 978-5-4497-0562-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95334.html> (дата обращения: 07.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/95334>;

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>

2. Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>

3. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>

4. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>

5. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>

6. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского - http://book.uraic.ru/el_library

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Медиапланирование

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty</p>
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty</p>

		санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Персональные компьютеры по количеству обучающихся Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	CorelDRAW Graphics Suite 2017 Education Lic (5-50) Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty