

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Таганрогского института
имени А.П. Чехова (филиала) РГЭУ
(РИНХ)
Соловьев А.Ю.
20 23 г.



Рабочая программа дисциплины
Планирование и организация творческо-производственной деятельности на
материале медиакультуры

направление 39.04.03 Организация работы с молодежью
направленность (профиль) 39.04.03.01 Организация работы с молодежью в сфере
культуры и массовых коммуникаций

Для набора 2023 года


Квалификация
Магистр

КАФЕДРА **психолого-педагогического образования и медиакоммуникации****Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
Неделя	18 3/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	24	24	24	24
Контактная работа	24	24	24	24
Сам. работа	84	84	84	84
Итого	108	108	108	108

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 29.08.2023 протокол № 1.

Программу составил(и): канд. пед. наук, Зав. каф., Чельшева И.В. 

Зав. кафедрой: Чельшева И. В. 

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	ознакомление магистрантов с основными направлениями, видами и формами творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры в образовательных и социокультурных учреждениях.
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-2.1:	Проводит проблематизацию проекта определяет и обосновывает цели проекта
УК-2.2:	Организует сбор и анализ информации и ресурсов, необходимых для реализации проекта
ОПК-1.1:	Применяет современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для сбора информации при решении профессиональных и научноисследовательских задач
ОПК-1.2:	Использует современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для представления профессиональной информации
ПК-5.1:	Решает задачи профессиональной деятельности с применением социокультурных и медиаобразовательных методик и технологий
ПК-5.2:	Анализирует актуальные направления в работе с молодежью в сфере культуры и массовых коммуникаций

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:	основы проектирования творческо-производственной деятельности с обучающимися на материале медиакультуры; алгоритмы использования ИКТ в организационном процессе с молодежью; методики медиаобразования, способствующие развитию творческого потенциала и креативных способностей молодежи.
Уметь:	осуществлять подготовку и реализацию проектов на материале медиакультуры в молодежной среде; применять информационно-коммуникативные технологии при подготовке молодежных проектов на материале медиакультуры; внедрять медиаобразовательные элементы в различные виды работы с молодежью.
Владеть:	реализации проектов на материале медиакультуры в молодежных объединениях и движениях; использования ИКТ в разных видах творческой деятельности средствами медиакультуры, отвечающей актуальным задачам молодежной политики; реализации культурных проектов и медиаобразовательных программ в работе с молодежью.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Теория и практика организации творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры				
1.1	Тема 1.1 Основы творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры Сущность творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры Специфика творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры разных видов и жанров. Характеристика творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры Основные функции участников творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры Формы творческо-производственной деятельности в социально-культурной сфере /Лек/	2	2	УК-2.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-5.1 ПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

1.2	Тема. Основы творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры Сущность и основные компоненты творческо- производственной деятельности Понятие о медиакультуре и ее роли в творческо- производственной деятельности Медиакоммуникация в современном мире Основные понятия медиаобразования и его значение в организации творческо-производственной деятельности /Пр/	2	2	УК-2.1 УК-2.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-5.1 ПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.3	Тема. История развития творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры Развитие творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры в России Развитие творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры за рубежом Перспективные направления творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры для молодежи современном этапе /Пр/	2	2	УК-2.1 УК-2.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-5.1 ПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.4	Основные этапы планирования творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры Сущность и содержание основных этапов проектирования творческо-производственной деятельности на материале медиа Моделирование проекта творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры для молодежной аудитории /Пр/	2	2	УК-2.1 УК-2.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-5.1 ПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.5	Основные этапы планирования творческо-производственной деятельности на материале медиа Этапы планирования творческо-производственной деятельности Содержательная сторона планирования и проектирования художественно-творческого проекта Модель построения проектов на материале медиакультуры в работе с молодежью Проектирование в молодежной организации на материале медиакультуры за рубежом.. История развития творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры Индивидуальные домашние задания. Написание эссе. Современные исследования по проблемам творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры Роль рекламы в творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры Диагностики интересов клиентов к творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры /Ср/	2	42	УК-2.1 УК-2.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-5.1 ПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

1.6	<p>Основные виды творческо-производственной деятельности на материале прессы, радио и фотоискусства</p> <p>Направления творческо-производственной деятельности на материале прессы, радио и фотоискусства</p> <p>Формы творческо-производственной деятельности на материале прессы, радио и фотоискусства</p> <p>Реализация творческо-производственной деятельности на материале прессы, радио и фотоискусства</p> <p>Тема 2.5. Сущность и характеристика творческо- производственной деятельности на материале кинематографа и телевидения</p> <p>Основные виды творческо-производственной деятельности на материале кинематографа и ТВ</p> <p>Направления творческо-производственной деятельности на материале кинематографа и ТВ</p> <p>Формы творческо-производственной деятельности на материале кинематографа и ТВ</p> <p>Реализация творческо-производственной деятельности на материале кинематографа и ТВ</p> <p>Основные виды творческо-производственной деятельности на материале интернет-сайтов молодежной тематики</p> <p>Направления творческо-производственной деятельности на материале интернет-сайтов молодежной тематики</p> <p>Формы творческо-производственной деятельности на материале интернет-сайтов молодежной тематики</p> <p>Реализация творческо-производственной деятельности на материале интернет-сайтов молодежной тематики</p> <p>Основные виды творческо-производственной деятельности на материале социальных интернет-сетей</p> <p>Направления творческо-производственной деятельности на материале социальных интернет-сетей</p> <p>Формы творческо-производственной деятельности на материале социальных интернет-сетей</p> <p>Реализация творческо-производственной деятельности на материале социальных интернет-сетей</p> <p>/Ср/</p>	2	42	УК-2.1 УК-2.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-5.1 ПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.7	Зачет /Зачёт/	2	0	УК-2.1 УК-2.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-5.1 ПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Федоров	Медиаобразование: История, теория и методика: Монография	Ростов н/Д: ООО"ЦВВР", 2001	0
Л1.2	Челышева И. В.	Методика и технология медиаобразования в школе и вузе	Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2009	0
Л1.3	Федоров	Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности	Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2009	0

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.4	Федоров А. В.	Медиаобразование и медиакомпетентность: анкеты, тесты, контрольные задания: учебное пособие	Москва: Директ-Медиа, 2013	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210415 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Федоров А. В.	Медиаобразование: проблемы и тенденции: сборник научных трудов	Москва: Директ-Медиа, 2014	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241857 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.6	Жилавская И. В.	Медиаобразование молодежи: монография	Москва: Московский педагогический государственный университет (МПГУ), 2018	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500393 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.7	Гура, В. В.	Системный подход при педагогическом проектировании медиаобразовательной среды	Таганрог: ТРТУ, 2006	0
Л1.8	Ковалева, Н. Б.	Сюжетно-деятельностные технологии в медиаобразовании: монография	Москва: Московский педагогический государственный университет, 2018	http://www.iprbookshop.ru/94688.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Кириллова	Медиакультура: от модерна к постмодерну	М.: Академ. Проект, 2005	0
Л2.2		Медиакультура: словарь терминов и понятий	Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016	1
Л2.3	Кириллова, Наталья Борисовна	Медиакультура: теория, история, практика : учеб. пособ. для студ. высш. учеб. заведений	М.: Академ. Проект, 2008	1
Л2.4	Чельшева И. В., Шалова С. Ю., Чельшева И. В.	Развитие творческого потенциала в профессиональной подготовке организаторов работы с молодежью в сфере культуры и массовых коммуникаций: монография	Москва Берлин: Директ-Медиа, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458620 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

5.4. Перечень программного обеспечения

Гарант (учебная версия)

Microsoft Office

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла			
<p><i>Знать:</i> основы проектирования творческо-производственной деятельности с обучающимися на материале медиакультуры</p>	<p>Изучение лекционного материала, основной и дополнительной литературы. Поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов</p>	<p>Полнота и содержательность ответа; Подбор корректных примеров; Способность отстаивать свою позицию.</p>	<p>ТП – 1-10 3 – 1-12 Т-1-20</p>
<p><i>Уметь:</i> осуществлять подготовку и реализацию проектов на материале медиакультуры в молодежной среде</p>	<p>Написание творческого проекта по избранной теме; Изучение материалов, необходимых для практических занятий.</p>	<p>Полнота раскрытия темы; Логика изложения; Умение приводить примеры.</p>	<p>ТП – 11-15 3-26-33</p>

<p><i>Иметь навыки:</i> реализации проектов на материале медиакультуры в молодежных объединениях и движениях</p>	<p>Содержательный анализ избранной темы творческого проекта; Поиск и сбор необходимой информации по теме.</p>	<p>Критический анализ возникающих нестандартных ситуаций; Аргументированное отстаивание своей позиции.</p>	
<p>ОПК-1: Способен применять современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства при постановке и решении задач профессиональной деятельности в сфере молодежной политики</p>			
<p><i>Знать:</i> алгоритмы использования ИКТ в организационном процессе с молодежью</p>	<p>Изучение лекционного материала, основной и дополнительной литературы. Поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов</p>	<p>Полнота и содержательность ответа; Подбор корректных примеров; Способность отстаивать свою позицию.</p>	<p>Т – 21-40 З – 13-25 ТП-16-20</p>
<p><i>Уметь:</i> применять информационно-коммуникативные технологии при подготовке молодежных проектов на материале медиакультуры</p>	<p>Написание творческого проекта по избранной теме; Изучение материалов, необходимых для практических занятий.</p>	<p>Полнота раскрытия темы; Логика изложения; Умение приводить примеры.</p>	<p>ТП-21-25 З-34-43</p>

<p><i>Иметь навыки:</i> использования ИКТ в разных видах творческой деятельности средствами медиакультуры, отвечающей актуальным задачам молодежной политики</p>	<p>Содержательный анализ избранной темы творческого проекта; Поиск и сбор необходимой информации по теме.</p>	<p>Критический анализ возникающих нестандартных ситуаций; Аргументированное отстаивание своей позиции.</p>	<p>ТП-26-30 3- 44-50</p>
<p>ПК-5: Готов к реализации профессиональных задач в сфере культуры и массовых коммуникаций</p>			
<p><i>Знать:</i> методики медиаобразования, способствующие развитию творческого потенциала и креативных способностей молодежи</p>	<p>Изучение лекционного материала, основной и дополнительной литературы. Поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов</p>	<p>Полнота и содержательность ответа; Подбор корректных примеров; Способность отстаивать свою позицию.</p>	<p>Т – 1-30 3 – 1-25 ТП-1-20</p>
<p><i>Уметь:</i> внедрять медиаобразовательные элементы в различные виды работы с молодежью.</p>	<p>Написание творческий проект по избранной теме; Изучение материалов, необходимых для практических занятий.</p>	<p>Полнота раскрытия темы; Логика изложения; Умение приводить примеры.</p>	<p>ТП-1-25 3-30-43</p>

<p><i>Иметь навыки:</i> реализации культурных проектов и медиаобразовательных программ в работе с молодежью</p>	<p>Содержательный анализ избранной темы творческого проекта; Поиск и сбор необходимой информации по теме.</p>	<p>Критический анализ возникающих нестандартных ситуаций; Аргументированное отстаивание своей позиции.</p>	<p>ТП-26-30 3- 44-50</p>
---	---	--	------------------------------

Т-тест

ТП-Творческий проект

З-зачет

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

Промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

50-100 баллов (зачет)

0-49 баллов (незачет)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету

1. Характеристика и сущность организации творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры
2. Роль творческо-производственной деятельности в организации работы с м
3. Основные этапы планирования творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры
4. Основные направления творческо-производственной деятельности
5. Формы и методы творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры
6. Планирование творческо-производственной деятельности в условиях образовательной организации
7. Принципы проектирования творческо-производственной деятельности
8. Понятие о медиапланировании
9. Основные этапы проектирования творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры
10. Планирование и организация творческо-производственной деятельности на материале телевидения
11. Планирование и организация творческо-производственной деятельности на материале радио
12. Планирование и организация творческо-производственной деятельности на материале прессы
13. Планирование и организация творческо-производственной деятельности на материале Интернет

14. Планирование и организация творческо-производственной деятельности на материале кинематографа
15. Планирование и организация творческо-производственной деятельности на материале рекламы
16. Планирование и организация творческо-производственной деятельности на материале фототворчества
17. Специфика творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры
18. Основные функции участников творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры
19. Формы творческо-производственной деятельности в социально-культурной сфере
20. Основные этапы подготовки медиаплана
21. Метод проектов в работе с детьми и молодежью
22. Типология проектов в работе с обучающимися
23. Инноватика в создании проектов на материале медиакультуры
24. Социально-культурные механизмы медиатворческого проекта на материале медиакультуры
25. Модель построения проектов и его основные характеристики
26. Организация творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры во внеурочной деятельности
27. Актуальные проблемы композиционного формообразования в дизайне новых медиа
28. Методика медиаобразовательного процесса и ее использование в творческо-производственной деятельности
29. Циклы творческих заданий на медиаматериале в проектной работе с обучающимися
30. Мультимедиапланирование и его характеристика
31. Инновационные технологии в творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры
32. История развития творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры в России
33. История развития творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры за рубежом (на примере одной из стран по выбору студента)
34. Сравнительный анализ форм и методов творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры в России и за рубежом
35. Перспективные направления творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры
36. Виды и формы творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры в образовательных организациях различных типов
37. Виды и формы творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры в системе культурно-досуговой деятельности
38. Виды и формы творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры в общественных организациях
39. Виды и формы творческо-производственной деятельности на материале социальных сетей
40. Виды и формы творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры в сфере социальной рекламы

Промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

Текущий контроль успеваемости осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

Промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

50-100 баллов (зачет)

0-49 баллов (незачет)

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» (50-100 баллов) - изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

- оценка «незачтено» (0-49 баллов) - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Тест по курсу:

Задание. Выбрать правильный ответ и отметить галочкой или дописать

1. Определение маркетинговой проблемы является:

1. медиацелью;
2. решением по выбору СМИ;
3. одной из составляющих концепции будущего медиaplана;
4. задачей, не связанной с метапланированием;
5. частью PR-стратегии.

2. Задачи медиапланирования вытекают из целей:

1. маркетинга;
2. рекламы;
3. логистики;
4. медиапланирования;
5. создания медиaplана.

3. Этапом подготовки рекламной кампании является:

1. изучение интегрированных маркетинговых коммуникаций;
2. создание и вывод на рынок нового товара;
3. составление медиaplана;
4. выделение рекламного бюджета;
5. разработка слогана.

4. Для увеличения охвата целевой аудитории целесообразно применять:

1. медиа-микс;
2. Стратегию «Одного СМИ»;
3. BTL;
4. MAX-media.
5. Mix communication (стратегия ИМК);

5. Паттерн цикла покупки, паттерн известности, сезонный паттерн применяют для:

1. НЕ устойчивых товаров;
2. устойчивых товаров;
3. сезонных скидок;
4. повышения имиджа;
5. развития логистики;

6. Охват – это:

1. Reach;
2. GRP;
3. Share;
4. Frequency;
5. GPS.

7. Распределение активных периодов рекламной кампании это:

1. охват целевой аудитории за единицу времени;
2. расчет доли аудитории определенной программы;
3. Паттерн-охват;
4. Паттерн-захват;
5. единица измерения охвата аудитории.

8. Для товаров и услуг с длинным циклом покупки и требующих длительного времени принятия решения применяют:

1. Паттерн известности;

2. Паттерн цикла покупки;
3. Сезонный паттерн;
4. Паттерн неизвестности;
5. Ни один из перечисленных.

9. Что такое «просмотровая яма»?

1. время наибольшего охвата аудитории телеканала или радиостанцией;
2. вторая минута трехминутного рекламного ролика на ТВ;
3. первые тридцать секунд ролика;
4. часть помещения гаража;
5. неудачный медиаплан.

10. Реклама, PR, сэйлз промоушн, прямой маркетинг являются элементами:

1. интегрированных маркетинговых коммуникаций;
2. масс-медиа;
3. производства продукции;
4. брендинга;
5. только западной экономической культуры

11. Определенное количество повторов, обеспечивающее накопление информации у целевой аудитории, это:

1. Кумулятивный эффект рекламы в медиапланировании;
2. информирование целевой аудитории о выходе товаров;
3. содержание рекламного сообщения;
4. освоение рекламного бюджета;
5. максимальное количество повторов рекламного сообщения.

12. Чем можно объяснить применение метода медиа-микс в медиапланировании?

1. относительной дешевизной;
2. усилением воздействия на целевую аудиторию за счет яркости сообщения;
3. увеличением частоты и охвата за счет увеличения количества медиа-носителей;
4. уменьшением частоты и охвата за счет увеличения количества медиа-носителей;
5. всеобщим трендом сегодняшнего дня.

13. Процесс выбора средств, места, времени, размера и частоты рекламы это:

1. медиапланирование;
2. деятельность по сбору, обработке и передачи информации в СМИ;
3. вид деятельности, направленный на повышение эффективности рекламы в СМИ;
4. стратегическое мышление;
5. анализ популярности СМИ.

14. С какими дисциплинами взаимодействует медиапланирование?

1. социологией;
2. маркетингом;
3. экономикой;
4. рекламой;
5. телережиссурой.

15. Воздействие на потребителя с помощью рекламы – это:

1. цели и задачи медиапланирования;
2. «промывка мозгов»;
3. увеличение сбыта товара;
4. освоение рекламного бюджета;
5. цель составления медиаплана.

16. Время наибольшего охвата аудитории телеканала – это:

1. время начала рекламной кампании;
2. прайм-тайм;
3. время прохождения рекламной кампании;
4. «Первое время»;
5. время завершения рекламной кампании.

17. Блиц-паттерн, паттерн известности, клин-паттерн используются для:

1. выведения товаров на рынок;
2. увеличения сезонных продаж;
3. вывода товаров с рынка;
4. целей медиапланирования;
5. завершения рекламной кампании;

18. Какая из приведенных схем охвата аудитории используется при рекламировании нового товара?

1. Схема для обычного цикла приобретения;
2. Схема «обратный клин»;
3. Схема осведомленности;
4. Схема сезонного опережения;
5. Схема неосведомленности.

19. Какие критерии необходимо учитывать при выборе рекламоносителей?

1. охват потенциальных покупателей;
2. стоимость;
3. отношение потребителей к рекламе;
4. продвижение продаж;
5. правовые ограничения в рекламе;
6. отстройку от конкурентов;

20. Из-за высокой степени ротации аудитории размещение рекламы на ТВ:

1. требует большего количества повторов;
2. требует больших средств;
3. не просматривается телезрителями;
4. не пользуется доверием телезрителей;
5. не окупается.

21. Частота контактов с рекламным сообщением 3+ считается эффективной по концепции:

1. Г. Кругмена
2. Г. Лассуэлла;
3. Т. Адорно;
4. В. Парето.
5. У. Шрамма;

22. График размещения рекламы в медиаплане это:

1. хронологический перечень передач станций **вещания**;
2. перечень рекламных материалов для конкретных СМИ;
3. перечень рекламных материалов, включенных в данное СМИ в течении определенного периода времени;
4. графическое изображение выхода рекламных материалов по времени.
5. срок длительности рекламной компании.

23. Частота это-

1. интервал между рекламными объявлениями;
2. количество контактов аудитории с рекламой;
3. выходы рекламы в медиаплане;
4. физическая величина, характеристика периодического процесса;
5. количество СМИ в медиаплане.

24. Какая реклама будет являться последовательной?

1. Реклама усиливающая свою интенсивность во время повышения сезонного спроса;
2. Реклама, выход которой сконцентрирован в течение короткого промежутка времени;
3. Размещение рекламы постоянно через равные промежутки времени;
4. Размещение рекламы нерегулярно, через НЕ равные промежутки времени;
5. Использующая личностность рекламного сообщения.

25. Вид деятельности, который предполагает разработку медиаплана:

1. Медиапланирование;
2. Брендинг;
3. Обоснование рекламной идеи;
4. Выбор творческой рекламной стратегии;

5. Разработку рекламной стратегии

Ключ к тесту для самоконтроля по разделу «Медиапланирование»

Вопрос № Ответ

1	3
2	1
3	3
4	1
5	2
6	1
7	3
8	1
9	2
10	1
11	1
12	3
13	1
14	1, 2, 4.
15	1
16	2
17	1
18	2
19	1, 2, 3, 5
20	1
21	1
22	3
23	2
24	3
25	1

Инструкция по выполнению:

Тестовые задания выполняются индивидуально. Правильным является один ответ или несколько из предложенных в зависимости от задания.

Критерии оценки:

- 40 баллов - выставляется студенту, если на все тестовые задания представлены правильные ответы;
- 35 баллов - выставляется студенту, если на два из тестовых заданий представлен неправильный ответ, а на все остальные тестовые задания даны верные ответы;
- 25 баллов - выставляется студенту, если на три из тестовых заданий представлен неправильный ответ, а на все остальные тестовые задания даны верные ответы;
- 10 баллов - выставляется студенту, если на половину всех тестовых заданий даны неправильные ответы;
- 0 баллов – выставляется студенту, если на все тестовые задания даны неправильные ответы.

Темы творческих проектов

1. Источники информации для медиапланирования.
2. Современные стратегии медиапланирования.
3. Сравнительный анализ эффективности СМИ для составления плана творческо-производственной деятельности
4. Специфика проведения рекламной компании в СМИ
5. Специфика проведения рекламной компании в Интернет
6. Технологии оптимизации медиаплана.
7. Технологии мультимедиапланирования.
8. Модель оптимального медиаплана с использованием методик медиаобразования.
9. Выбор целевой аудитории при создании медиапроекта для молодежи
10. Сравнительный анализ стратегий планирования творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры

11. Современные тенденции развития творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры
12. Роль молодежного лидера в организации творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры
13. Педагогическая деятельность с молодежью в процессе творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры
14. Информационная поддержка творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры
15. Основные направления творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры в учреждениях молодежного досуга
16. Планирование работы самодеятельной киностудии для сельской молодежи
17. Планирование и организация работы по созданию молодежной телепередачи (тематика по выбору студента)
18. Планирование и организация работы по созданию радиопрограммы для молодежи (тематика по выбору студента)
19. Планирование и организация работы по созданию Интернет-журнала молодежной тематики (тематика по выбору студента)
20. Планирование и организация работы по созданию сайта для молодых людей с ограниченными возможностями здоровья
21. Планирование и организация творческо-производственной деятельности на материале телевидения
22. Планирование и организация творческо-производственной деятельности на материале прессы
23. Планирование и организация творческо-производственной деятельности на материале радио
24. Планирование и организация творческо-производственной деятельности на материале Интернет
25. Планирование и организация творческо-производственной деятельности на материале фотографии.
26. Организация творческих заданий на медиаматериале в проектной работе с обучающимися младшего школьного возраста
27. Организация творческих заданий на медиаматериале в проектной работе с обучающимися подросткового возраста
28. Организация творческих заданий на медиаматериале в проектной работе с обучающимися старшего школьного возраста
29. Виды и формы творческо-производственной деятельности с молодежью на материале медиакультуры
30. Организация творческо-производственной деятельности на материале медиакультуры в образовательной организации

Критерии оценки:

- 31-60 баллов - выставляется студенту, если: тема соответствует содержанию; правильно оформлены ссылки на используемую литературу; основные понятия проблемы изложены верно; отмечена грамотность и культура изложения; соблюдены требования к оформлению и объему; сделаны обобщения и сопоставления различных точек зрения по рассматриваемому вопросу; сделаны и аргументированы основные выводы;

- 0-30 баллов - выставляется студенту, если: содержание не соответствует теме; литературные источники выбраны не по теме; нет ссылок на использованные источники; тема не раскрыта; требования к оформлению и объему материала не соблюдены; нет выводов; в тексте присутствует плагиат.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится по окончании теоретического обучения до начала экзаменационной сессии. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Методические указания к изучению дисциплины

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются вопросы, касаемые теории, методики и практики социально-педагогической поддержки детей, подвергшихся насилию, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки владения целостным подходом к анализу изучаемых проблем.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;
- выполнить домашнее задание, рекомендованные преподавателем при изучении каждой темы.

В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

Требования к представлению и оформлению результатов СРС

Цели самостоятельной работы - формирование способностей к самостоятельному познанию и обучению, поиску литературы, обобщению, оформлению и представлению полученных результатов, их анализу, умению принять решение, аргументированному обсуждению предложений, умений подготовки выступлений и ведения дискуссии.

Самостоятельная работа заключается в изучении тем программы дисциплины по рекомендуемой учебной литературе, в изучении тем лекций, в подготовке к семинарским занятиям, к текущему модульному контролю, промежуточной аттестации – экзамену.

Тематика самостоятельной работы определяется преподавателем кафедры и имеет профессионально-ориентированный характер и непосредственную связь рассматриваемых вопросов с будущей профессиональной деятельностью.

Самостоятельная работа должна обладать следующими признаками:

- быть выполненной лично студентом или являться самостоятельно выполненной частью коллективной работы согласно заданию преподавателя;
- представлять собой законченную разработку (законченный этап разработки), в которой раскрываются и анализируются актуальные проблемы по определённой теме и её отдельным аспектам (актуальные проблемы изучаемой дисциплины и соответствующей сферы практической деятельности);
- демонстрировать достаточную компетентность автора в раскрываемых вопросах;
- иметь учебную, научную и/или практическую направленность и значимость (если речь идет об учебно-исследовательской работе);
- содержать определенные элементы новизны (если СРС проведена в рамках научно-исследовательской работы).

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Практическое занятие предназначено для углубленного изучения дисциплины, овладения методологией научного познания. Главная цель занятий – обеспечить студентам возможность овладеть навыками и умениями использования теоретического знания применительно к особенностям будущей профессиональной деятельности. Занятия играют важную роль в выработке у студентов совместно с преподавателем навыков применения полученных знаний для решения практических задач

Формы семинарских занятий:

- развернутая беседа по заранее известному плану;
- небольшие доклады студентов с последующим обсуждением участниками и т.д.

Эффективность занятия во многом зависит от подготовленности студентов и степени их участия в совместном обсуждении вопросов. В данном процессе реализуются общий поиск ответов учебной группой, возможность раскрытия и обоснования различных точек зрения у студентов. Такое проведение обеспечивает контроль за усвоением знаний и развитие научного мышления студентов.

Каждый из участников должен научиться точно выражать свои мысли в докладе или выступлении по вопросу, уметь доказывать свою точку зрения, аргументировано возражать, опровергать ошибочную позицию. Необходимым условием продуктивной работы являются личные знания, которые приобретаются студентами на лекциях и в процессе самостоятельной работы.

Работа на практических занятиях может включать:

- выступление по вопросу;
- защиту реферата (творческого проекта);
- рецензирование и взаиморецензирование студентами выступлений, докладов, творческих проектов и рефератов,
- проведение тестирования;
- проведение самостоятельных работ.

Подготовительная работа к занятию заключается в самостоятельной работе с научной литературой по заданной теме. Литература тщательно просматривается (чтение-просмотр), а затем выборочно читается и фиксируется (в форме аннотаций, выписки цитат, тезисов, конспектов). Собранный материал организуется: приводится в систему, определяется его главное содержание, логика движения мыслей (план), подбираются аргументы. В этой работе немалую роль играет умение формулировать мысль, использовать способы изложения, аргументировано отстаивать свою точку зрения и владеть устной речью.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАБОТЕ С НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРОЙ

При работе с научной литературой необходимо научиться вести записи. Подбор литературы рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Различают два вида чтения; первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах. После него не должно остаться ни одного непонятого олова. Содержание не всегда может быть понятно после первичного чтения.

Задача вторичного чтения полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Конспект по дисциплине представляет собой самостоятельно подобранный студентом из периодической литературы и Интернет-ресурсов материал, иллюстрирующий научный / практический взгляд на исследуемую проблему.

Для составления конспекта необходимо:

- осуществить анализ периодической литературы и Интернет-ресурсов, предложенных преподавателем;
- выбрать наиболее интересную (для студента) тему (возможно по согласованию с преподавателем);
- отобрать наиболее соответствующие проблеме материалы, характеризующие различные подходы и авторские позиции;
- законспектировать основные аспекты, раскрывающие замысел автора, его позицию;
- интегрировать собранные материалы в единый содержательный блок.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАЧЕТУ

В период подготовки к зачету студенты вновь обращаются к пройденному учебному материалу. При этом они не только закрепляют полученные знания, но и получают новые. Подготовка студента к зачету включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка заданий преподавателя.

Литература для подготовки к зачету рекомендуется преподавателем. Студент вправе сам придерживаться любой из представленных в учебниках точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от преподавателя), но при условии достаточной научной аргументации.