

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 |
|------------|-----------------------------|
| 1160135 | Проектирование в медиасфере |

Екатеринбург

| | |
|--|---|
| Перечень сведений о рабочей программе модуля | Учетные данные |
| Образовательная программа 1. Проектирование и сопровождение медиапроцессов | Код ОП 1. 42.04.05/33.02 |
| Направление подготовки 1. Медиакоммуникации | Код направления и уровня подготовки 1. 42.04.05 |

Программа модуля составлена авторами:

| № п/п | Фамилия Имя Отчество | Ученая степень, ученое звание | Должность | Подразделение |
|--------------|------------------------------|---|---------------------|---------------------------|
| 1 | Фаюстов Алексей Владимирович | кандидат филологических наук, без ученого звания | Заведующий кафедрой | телевидения и новых медиа |
| 2 | Харченко Вера Сергеевна | кандидат социологических наук, без ученого звания | Заведующий кафедрой | медиакоммуникаций |

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Проектирование в медиасфере

1.1. Аннотация содержания модуля

В ходе освоения модуля формируются основы управления медиапроектами на всех стадиях жизненного цикла, от создания проекта до его реализации. Изучаются способы формирования всех составляющих проекта, производственный процесс и управление контентом, а также технологии и практики планирования и реализации медиакампаний.

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 | Медиапроизводство и управление контентом | 3 |
| 2 | Планирование и реализация медиакампаний | 3 |
| ИТОГО по модулю: | | 6 |

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 |
| Медиапроизводство и управление контентом | УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | З-1 - Демонстрировать понимание процессов управления проектом, планирования ресурсов, критерии оценки рисков и результатов проектной деятельности З-2 - Формулировать основные принципы формирования концепции проекта в сфере профессиональной деятельности |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>У-1 - Формулировать актуальность, цели, задачи, обосновывать значимость проекта, выбирать стратегию для разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы</p> <p>У-2 - Прогнозировать ожидаемые результаты и возможные сферы их применения в зависимости от типа проекта</p> <p>У-3 - Анализировать и оценивать риски и результаты проекта на каждом этапе его реализации и корректировать проект в соответствии с критериями, ресурсами и ограничениями</p> <p>П-1 - Составлять план проекта и график реализации, разрабатывать мероприятия по контролю его выполнения и оценки результатов проекта</p> <p>П-2 - Выбирать оптимальные способы решения конкретных задач проекта на каждом этапе его реализации на основе анализа и оценки рисков и их последствий с учетом ресурсов и ограничений</p> <p>Д-1 - Проявлять способность к поиску новой информации, умение принимать решения в нестандартных ситуациях</p> <p>Д-2 - Демонстрировать способность убеждать, аргументировать свою позицию</p> |
| | <p>УК-7 - Способен обрабатывать, анализировать, передавать данные и информацию с использованием цифровых средств для эффективного решения поставленных задач с учетом требований информационной безопасности</p> | <p>З-3 - Сделать обзор современных цифровых средств и технологий, используемых для обработки, анализа и передачи данных при решении поставленных задач</p> <p>У-2 - Выбирать современные цифровые средства и технологии для обработки, анализа и передачи данных с учетом поставленных задач</p> <p>П-1 - Обосновать выбор технических и программных средств защиты персональных данных и данных организации при работе с информационными системами на основе анализа потенциальных и реальных угроз безопасности информации</p> <p>П-2 - Решать поставленные задачи, используя эффективные цифровые средства и средства информационной безопасности</p> |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>ПК-2 - Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> | <p>З-1 - Перечислить и охарактеризовать актуальные явления в медиасфере</p> <p>У-1 - Соотносить основополагающие черты актуальных явлений в медиасфере с основными закономерностями развития медиа</p> <p>П-1 - Выполнять разработку творческих проектов для современных медиа</p> |
| | <p>ПК-4 - Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные</p> | <p>З-1 - Определить технологии и этапы подготовки медийных продуктов под различные запросы и форматы</p> <p>З-2 - Описывать возможные реакции аудитории на производимый медиаконтент</p> <p>У-1 - Соотносить жанры медиапродуктов с запросами целевых аудиторий и форматами медиа</p> <p>У-2 - Интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p> <p>П-1 - Создавать медиапродукты в соответствии с запросами общества в различных жанрах и форматах</p> <p>П-2 - Прогнозировать потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты</p> <p>Д-1 - Проявлять инициативу и оригинальность в создании медиапродуктов</p> |
| | <p>ПК-6 - Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> | <p>З-2 - Описывать основные актуальные технологии, форматы, применяющиеся в сфере медиа</p> <p>У-2 - Выбирать технику, технологии и форматы визуальных искусств в зависимости от вида массово-коммуникационной деятельности</p> <p>П-1 - Разрабатывать рекомендации по взаимодействию с целевыми аудиториями в информационно-коммуникационной среде</p> |

| | | |
|---|--|---|
| | ПК-8 - Способен разрабатывать новые виды форматов медиaproдукции, производить творческие пилотные проекты | З-1 - Перечислить методики создания творческих медиaproдуктов У-1 - Выбирать актуальные технологии для креативных проектов П-1 - Создать медиaproдукты с учетом особенностей и запросов заказчика и актуальных медиатрендов |
| | ПК-9 - Способен использовать профессионально методы, формы и жанры для создания и обработки текстов для их публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов. | З-2 - Перечислить основные технологические процессы функционирования медиaproектов У-2 - Выделять закономерности функционирования медиaproектов П-2 - Разрабатывать медиaproекты для распространения на различных платформах |
| | ПК-12 - Способен создавать продюсерский план производства проекта. | З-1 - Называть основные этапы производства медиaproектов У-1 - Анализировать и оценивать эффективность реализации каждого этапа медиaproекта У-3 - Формировать график реализации медиaproекта и производства медиaproдукта П-1 - Формировать творческие и производственные группы для реализации медиaproектов П-4 - Обеспечивать эффективное взаимодействие между участниками производственного процесса |
| Планирование и реализация медиакamпаний | ОПК-3 - Способен планировать и проводить фундаментальные или прикладные исследования, в том числе в междисциплинарных областях, самостоятельно формулировать научные гипотезы, проверять их достоверность и представлять результаты исследований в | З-1 - Сделать обзор методов и принципов проведения фундаментальных и прикладных исследований, в том числе междисциплинарного характера У-2 - Формулировать результаты исследований для подготовки аналитических докладов, научных статей, докладов и тезисов на конференциях, научных симпозиумах, семинарах, круглых столах П-1 - Вырабатывать стратегии проведения фундаментального или прикладного |

| | | |
|--|---|---|
| | <p>виде аналитических отчетов, научных статей, докладов и тезисов на конференциях, научных симпозиумах, семинарах, круглых столах</p> | <p>исследования, в том числе междисциплинарного характера, включая стратегии командной работы и стратегии представления результатов исследования</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения, организаторские умения, умение работать в команде</p> |
| | <p>ПК-6 - Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> | <p>З-1 - Описать технологии мониторинга и анализа целевых аудиторий</p> <p>У-1 - Выбирать современные технические средства для измерения медиарынка</p> <p>П-1 - Разрабатывать рекомендации по взаимодействию с целевыми аудиториями в информационно-коммуникационной среде</p> |
| | <p>ПК-8 - Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты</p> | <p>З-2 - Описать алгоритмы функционирования медиакампаний</p> <p>У-2 - Находить технологические и творческие решения для запуска медиакампаний</p> <p>П-2 - Осуществлять планирование и реализацию медиакампаний</p> |

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Медиапроизводство и управление
контентом

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

| № п/п | Фамилия Имя Отчество | Ученая степень, ученое звание | Должность | Подразделение |
|--------------|---------------------------------|---|------------------------|------------------------------|
| 1 | Фаюстов Алексей Владимирович | кандидат филологических наук, без ученого звания | Заведующий кафедрой | телевидения и новых медиа |

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.11-08/45 от 30.06.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- **Фаюстов Алексей Владимирович, Заведующий кафедрой, телевидения и новых медиа**

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 | Введение в медиапроизводство и контент-менеджмент | Определение понятий медиапроизводства и управления контентом Роль и значение медиапроизводства и контента в современной медиакommunikации Тренды и вызовы в области медиапроизводства и контент-менеджмента |
| P2 | Создание контент-стратегии | Анализ аудитории и рынка для определения потребностей и пристрастий аудитории Разработка целей, задач и ключевых показателей производительности (KPI) контент-стратегии Определение контент-форматов, резонирующих с аудиторией и целями стратегии Планирование и организация контент-календаря |
| P3 | Производство и создание контента | Выбор и подготовка команды для создания контента (писатели, режиссеры, съемочная группа и т. д.) Организация съемок и/или записи, подбор локаций, актеров и т. д. Пост-продакшн: монтаж, звуковое оформление, цветокоррекция и другие процессы после съемки |

| | | |
|-----------|---------------------------------------|--|
| | | Контент-дистрибуция: оптимизация контента для различных платформ и каналов распространения |
| P4 | Управление контентом | Жизненный цикл контента: планирование, создание, опубликование, анализ и оптимизация Контент-маркетинг: выбор каналов и платформ для распространения контента, продвижение и привлечение аудитории Аналитика и метрики: оценка эффективности контента, анализ реакций и взаимодействия с аудиторией, определение успеха контент-стратегии Управление контент-командой: организация работы, координация и сотрудничество |
| P5 | Инновации и будущее медиапроизводства | Новые технологии и тренды в медиапроизводстве и управлении контентом (VR, AI, адаптивный контент и т. д.) Стратегии для приспособления к быстро меняющемуся медиаландшафту Перспективы и вызовы будущего медиапроизводства |

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Медиапроизводство и управление контентом

Электронные ресурсы (издания)

1. Кумпилов, Т. М.; Современные подходы к исследованию социальных медиа. ; 2019; <http://dx.doi.org/10.23683/0321-3056-2019-3-13-16> (Электронное издание)
2. Кемарская, И. Н.; Драматургия электронных медиа. ; 2016; <http://hdl.handle.net/10995/41337> (Электронное издание)
3. Кривоносов, А. Д.; Новостной менеджмент в медиакоммуникациях. ; 2016; <http://www.lidfb.csu.ru/vch/389/0012.p> (Электронное издание)
4. Смеюха, В. В.; Изучение социальных сетей как основа эффективной деятельности сотрудников сферы рекламы и PR. ; 2016; <http://www.lidfb.csu.ru/vch/389/0021.p> (Электронное издание)

Печатные издания

1. , Радущинская, А. И., Черепкина, Е. А., Антонова, А. Б., Пушкина, М. А.; Экономика внимания: новые возможности и ограничения. ; 2019 (0 экз.)
2. Тимофеев, А. А.; Журналистика в цифровой век: от утрат к новым приобретениям. ; 2018 (0 экз.)
3. Болотнова, Н. С.; Отражение медийных коммуникативных универсалий в медиатекстах разных

жанров. ; 2017 (0 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

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. Content Marketing Institute (CMI) - Ведущий ресурс по контент-маркетингу и управлению контентом.

Ссылка: <https://contentmarketinginstitute.com/>

2. HubSpot Blog - Блог маркетинговой платформы HubSpot. Содержит множество полезных статей и руководств о стратегиях контент-маркетинга, создании эффективного контента и управлении контентом.

Ссылка: <https://www.hubspot.com/blog>

3. Moz Blog - Блог компании Moz, которая специализируется на маркетинге в поисковых системах (SEO) и контент-маркетинге.

Ссылка: <https://moz.com/blog>

4. Neil Patel's Blog - Блог Нила Патела, эксперта в области онлайн-маркетинга и контент-маркетинга.

Ссылка: <https://neilpatel.com/blog/>

5. Forrester - Консалтинговая компания, специализирующаяся на исследовании медиа-тенденций и стратегиях управления контентом.

Ссылка: <https://www.forrester.com/>

6. Social Media Examiner - Ресурс, посвященный социальным медиа и контент-маркетингу.

Ссылка: <https://www.socialmediaexaminer.com/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Медиапроизводство и управление контентом

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

| № п/п | Виды занятий | Оснащённость 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>Периферийное устройство</p> | <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</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>Периферийное устройство</p> | <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> |
| 3 | Консультации | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> | Не требуется |
| 4 | Текущий контроль и промежуточная аттестация | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> | <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> |
| 5 | Самостоятельная работа студентов | <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p> | <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Google Chrome, Mozilla Firefox</p> |

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Планирование и реализация
медиакампаний

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

| № п/п | Фамилия Имя Отчество | Ученая степень, ученое звание | Должность | Подразделение |
|--------------|---------------------------------|---|------------------------|------------------------------|
| 1 | Фаюстов Алексей Владимирович | кандидат филологических наук, без ученого звания | Заведующий кафедрой | телевидения и новых медиа |

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.11-08/45 от 30.06.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Фаюстов Алексей Владимирович, Заведующий кафедрой, телевидения и новых медиа

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 | Введение | Определение понятий медиакампании, медиапланирования и медиаресурсов Изучение текущих трендов и практик в области медиакампаний Разбор основных задач и целей медиакампаний |
| P2 | Исследование аудитории и рынка | Методы исследования аудитории и рынка для определения целевой аудитории и потребностей рынка Анализ конкурентной среды и выявление уникальных позиционирований |
| P3 | Формулирование целей и стратегий медиакампании | Определение целей медиакампании и их соответствие общим бизнес-целям Разработка стратегии медиакампании в соответствии с целевой аудиторией, рынком и конкурентной средой |
| P4 | Медиапланирование и выбор медиаресурсов | Изучение основных методов и инструментов медиапланирования Определение оптимального бюджета и распределение ресурсов между различными медиаресурсами (телевидение, радио, печатные издания, интернет и т.д.) |
| P5 | Креативный подход к медиакампаниям | Разработка креативных идей и концепций для медиакампаний |

| | | |
|-----------|--|--|
| | | Создание эффективного и привлекательного контента для различных медиаресурсов |
| Р6 | Управление и оптимизация медиакмпаний | Методы управления и мониторинга медиакмпаний Техники оптимизации медиакмпаний на основе анализа данных и реакции на изменения рынка и поведения аудитории |
| Р7 | Тенденции и инновации в планировании и реализации медиакмпаний | Ознакомление с новыми инструментами и методиками планирования и реализации медиакмпаний Изучение тенденций и инноваций в медиапроизводстве и маркетинге |

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Планирование и реализация медиакмпаний

Электронные ресурсы (издания)

1. Гринь, , С. Н.; Связи с общественностью : методическое пособие (курс лекций).; Университет экономики и управления, Симферополь; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/86416.html> (Электронное издание)
2. Мельникова, , Н. А.; Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/90235.html> (Электронное издание)
3. ; PR-менеджмент : учебное пособие.; Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/92972.html> (Электронное издание)
4. Чилингир, , Е. Ю.; Медиаанализ и медиапланирование : учебное пособие.; Ай Пи Ар Медиа, Москва; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/95334.html> (Электронное издание)
5. Марочкина, , С. С.; Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие.; Сочинский государственный университет, Сочи; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/106572.html> (Электронное издание)
6. Головлева, , Е. Л.; Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие.; Академический проект, Москва; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/110054.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Шматов, Г. А.; О количественных методах планирования периодической рекламы. ; 2019 (0 экз.)
2. Азоев, Г. Л., Хохлов, Д. А.; Развитие компетенций медиапланера в веб-среде. ; 2019 (0 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>

2. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>

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. Mediascope - <https://mediascope.net/>

Крупнейшая российская компания, предоставляющая данные о рынке медиа и рекламы. Включает информацию о телевидении, радио, печатных изданиях и интернет-рекламе.

2. TNS Russia - <https://www.tns-global.ru/>

Мировой лидер в области маркетинговых исследований, предоставляющий данные о аудитории и рынке в различных секторах, включая медиа.

3. AdIndex - <https://www.adindex.ru/>

Российский рекламный портал, предлагающий информацию о рекламных кампаниях, медиа-проектах, ключевых игроках на рынке и других релевантных данных.

4. Medialogia - <https://www.medialogia.com/>

Сервис анализа СМИ и социальных медиа, предоставляющий данные о публикациях, упоминаниях и эмоциональной окраске в отношении брендов, продуктов или событий.

5. Таргетированная реклама на Яндексе - <https://yandex.ru/adv/>

Рекламная платформа Яндекса, предлагающая возможности создания и таргетирования рекламных кампаний в поисковой системе, контекстной рекламе, дисплейной рекламе и других форматах.

6. TargetMail - <https://www.target-mail.ru/>

Сервис для планирования, запуска и анализа email-рассылок. Позволяет проводить сегментацию целевой аудитории и отслеживать эффективность рассылок.

7. МедиаВесенние - <https://www.mediavesna.ru/>

Агентство медиапланирования, предоставляющее услуги по разработке стратегий медиакампаний, подбору медиаресурсов и мониторингу эффективности рекламных кампаний.

8. Интернет-аудитория Mail.ru - <https://www.audience.mail.ru/>

Сервис Mail.ru Group, предлагающий возможности по анализу и таргетированию интернет-аудитории на основе данных о поведении пользователей.

9. Bigmir - <https://bigmir.net/>

Платформа для интернет-рекламы в Украине и других странах, предоставляющая информацию о рекламных площадках и возможности таргетирования рекламных кампаний.

10. Рекламно-исследовательский центр "РИК" - <http://www.rik.ru/>

Исследовательское агентство, проводящее исследования в области рекламы и маркетинга, включая анализ рынка, потребительского поведения и эффективности рекламных кампаний.

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Планирование и реализация медиакампаний

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

| № п/п | Виды занятий | Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения |
|-------|---|---|---|
| 1 | Лекции | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство | Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms |
| 2 | Практические занятия | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство | Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms |
| 3 | Консультации | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная | Не требуется |
| 4 | Текущий контроль и промежуточная аттестация | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство | Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms |
| 5 | Самостоятельная работа студентов | Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет | Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms |

| | | | |
|--|--|--|--------------------------------|
| | | | Google Chrome, Mozilla Firefox |
|--|--|--|--------------------------------|