


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт гуманитарных и социальных наук
Кафедра социологии и политологии

Утверждено на заседании кафедры
социологии и политологии
«20» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой


_____ И.А. Батанина

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«Медиамаркетинг»**

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки
42.03.05 Медиакоммуникации

с направленностью (профилем)
Технологии медиа

Форма(ы) обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 420305-01-23

Тула 2023 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
рабочей программы дисциплины (модуля)

Разработчик(и):

Твилова Ю.А., доц. кафедры СиП, канд. полит. наук, доц.



1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) является формирование общих представлений о стратегическом и операционном маркетинге, содержании маркетинговой деятельности, маркетинговом комплексе медиапредприятия.

Задачами освоения дисциплины (модуля) являются:

- ознакомление с наиболее распространенными моделями маркетинговой деятельности и особенностями их применения в медиасфере;
- формирование знаний о содержании маркетинговой стратегии медиакомпания, базовых принципах, этапах и техник ее формирования;
- разбор опыта маркетинговых стратегий ведущих российских и зарубежных СМИ;
- развитие навыков маркетинговых исследований в медиасреде.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина (модуль) относится к части основной профессиональной образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина (модуль) изучается в 5 семестре.

3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы (формируемыми компетенциями) и индикаторами их достижения, установленными в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы, приведён ниже.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- 1) современные принципы управления, основы сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, принципы построения и оценки обратной связи с потребителями (код компетенции – ПК-3, код индикатора – ПК-3.1);
- 2) механизм распределения информационных ресурсов в процессе корпоративного позиционирования, факторы эффективности коммуникационной инфраструктуры организации (код компетенции – ПК-4, код индикатора – ПК-4.1);

Уметь:

- 1) определять факторы внешней и внутренней среды медиаструктуры и проводить их анализ (код компетенции – ПК-3, код индикатора – ПК-3.2);
- 2) разрабатывать стратегию и тактику коммуникационной политики организации, направленную на достижение поставленных целей (код компетенции – ПК-4, код индикатора – ПК-4.2);

Владеть:

- 1) навыками формирования публичного дискурса, связанного с управленческой деятельностью базисного субъекта (код компетенции – ПК-3, код индикатора – ПК-3.3).

2) навыками работы с программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет; популярными сервисами для оценки характеристик аудитории (код компетенции – ПК-4, код индикатора – ПК-4.3).

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

4 Объем и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Объем дисциплины (модуля), объем контактной и самостоятельной работы обучающегося при освоении дисциплины (модуля), формы промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Номер семестра	Формы промежуточной аттестации	Общий объем в зачетных единицах	Общий объем в академических часах	Объем контактной работы в академических часах						Объем самостоятельной работы в академических часах
				Лекционные занятия	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Клинические практические занятия	Консультации	Промежуточная аттестация	
Очная форма обучения										
5	ДЗ	4	144	16	32	-	-	-	0,25	95,75
Итого	-	4	144	16	32	-	-	-	0,25	95,75

Условные сокращения: Э – экзамен, ЗЧ – зачет, ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой), КП – защита курсового проекта, КР – защита курсовой работы.

4.2 Содержание лекционных занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы лекционных занятий
<i>5 семестр</i>	
1	Маркетинг и маркетинговый комплекс в медиаиндустрии
2	Методы маркетингового анализа.
3	Составление маркетингового плана медиакомпания и медиапродукта.
4	Маркетинговые исследования в медиасфере.
5	Разработка медиабренда.
6	Маркетинговые коммуникации СМИ и их медиапродуктов.
7	Ценообразование: основные принципы и подходы.
8	Ценообразование в цифровых СМИ.

4.3 Содержание практических (семинарских) занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
<i>5 семестр</i>	
1	Понятие маркетинга, различные подходы к его определению. Содержание маркетингового комплекса.
2	Масс-медиа как средство реализации маркетинговых задач и объект маркетинговой деятельности.
3	Маркетинговый анализ медиарынка и медиапредприятия: основные цели и задачи.
4	Типология методов маркетингового анализа.
5	Составление маркетингового плана медиакомпании и медиапродукта.
6	Медиаисследования как институциональная деятельность.
7	Составление брифа и проведение тендера на реализацию медиаисследования.
8	Производство исследовательской информации в медиакомпании: основные возможности и направления работы.
9	Стратегический анализ и маркетинговый аудит (внутренний и внешний аудит).
10	Сегментирование рынка как основа разработки медиабренда.
11	Принципы разработки и составляющие эффективной платформы бренда в медиапространстве.
12	Использование различных типов маркетинговых коммуникаций для продвижения СМИ и их медиапродукции.
13	Спонсорство и событийный маркетинг как вид маркетинговых коммуникаций.
14	Дистрибуция в медиаотрасли.
15	Ценообразование в системе маркетинга медиакомпаний.
16	Ценообразование в цифровых СМИ/

4.4 Содержание лабораторных работ

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.5 Содержание клинических практических занятий

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.6 Содержание самостоятельной работы обучающегося

Очная форма обучения

№ п/п	Виды и формы самостоятельной работы
<i>5 семестр</i>	
1	Подготовка устных сообщений к практическим (семинарским) занятиям
2	Выполнение творческих заданий к практическим (семинарским) занятиям
3	Подготовка презентаций
4	Подготовка к промежуточной аттестации и ее прохождение

5 Система формирования оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося

Очная форма обучения

Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося			Максимальное количество баллов
<i>5 семестр</i>			
Текущий контроль успеваемости	Первый рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Посещение лекционных занятий	8
		Работа на практических занятиях	12
		Подготовка устных сообщений и презентаций	10
		Итого	30
	Второй рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Посещение лекционных занятий	8
		Работа на практических (семинарских) занятиях	12
		Подготовка устных сообщений и презентаций	10
		Итого	30
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет	40 (100*)	

* В случае отказа обучающегося от результатов рубежного контроля

Шкала соответствия оценок в стобалльной и академической системах оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Система оценивания результатов обучения	Оценки			
	Стобалльная система оценивания	0 – 39	40 – 60	61 – 80
Академическая система оценивания (экзамен, дифференцированный зачет, защита курсового проекта, защита курсовой работы)	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Академическая система оценивания (зачет)	Не зачтено	Зачтено		

6 Описание материально-технической базы (включая оборудование и технические средства обучения), необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) требуется учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оборудованная доской для написания мелом, а также ноутбуком, проектором, экраном; учебная аудитория для практических (семинарских) занятий, оборудованная доской для написания мелом, а также переносным проектором, переносным экраном, ноутбуком.

7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Гуревич, С. М. Экономика отечественных СМИ / С. М. Гуревич 4-е изд., перераб. и доп. М. : Аспект-Пресс, 2009. 296 с. : ил. ISBN 978-5-7567-0545-4 ю

2. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518357>.

7.2 Дополнительная литература

1. Иваницкий, Валерий Львович Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. 3-е изд., испр. и доп. Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2023. - 239 с. (Высшее образование) ISBN 978-5-534-08351-4 : 989.00.

2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>.

3. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512454>.

4. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520553>.

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российской образование» - <http://www.edu.ru/>- Загл. с экрана
2. Научная электронная библиотека - [http://elibrary.ru.](http://elibrary.ru/)- Загл. с экрана
3. Электронный научный журнал «Медиаскоп» - <http://www.mediascope.ru/>- Загл. с экрана
4. Российская ассоциация связей с общественностью - <https://raso.ru/>- Загл. с экрана
5. ВЦИОМ - <https://wciom.ru/>- Загл. с экрана
6. Федеральное собрание Российской Федерации Государственная Дума - <http://www.duma.gov.ru/> - Загл. с экрана
7. Общественная палата Российской Федерации - <http://www.oprf.ru/> - Загл. с экрана
8. Сайт Президента России - <http://www.kremlin.ru/>- Загл. с экрана
9. Совет Федерации Федерального собрания Российской Федерации - <http://www.council.gov.ru/> - Загл. с экрана
10. НЭБ КиберЛенинка научная электронная библиотека открытого доступа, режим доступа <http://cyberleninka.ru/>- Загл. с экрана
11. Международный пресс-клуб: библиотека. - https://pr-club.com/pr_lib/- Загл. с экрана
12. Психологическая библиотека <https://www.psychology.ru/library/>- Загл. с экрана
13. Российская государственная библиотека - <http://www.rsl.ru> - Загл. с экрана
14. Российская национальная библиотека - <http://www.nlr.ru> - Загл. с экрана
15. Союз журналистов России - [http:// www.ruj.ru](http://www.ruj.ru) - Загл. с экрана

16. Журнал «Журналист» - <http://www.journalist-virt.ru/>- Загл. с экрана.

9 Перечень информационных технологий, необходимых для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

9.1 Перечень необходимого ежегодно обновляемого лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Текстовый редактор Microsoft Word;
2. Программа для работы с электронными таблицами Microsoft Excel;
3. Программа подготовки презентаций Microsoft PowerPoint;
4. Пакет офисных приложений «МойОфис»

9.2 Перечень необходимых современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Компьютерная справочная правовая система Консультант Плюс.