


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)  
«Медиабрендинг»**

**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):**

Бочарова О.Е., доц. каф. СиП, канд. социол. наук



## **1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)**

**Целью** освоения дисциплины (модуля) является формирование у обучающихся знаний, умений и навыков брендинга в медиасфере.

**Задачами** освоения дисциплины (модуля) являются:

- формирование представлений о сущности и принципах технологий брендинга и специфики их применения в медиасфере;
- ознакомление с существующими типологиями брендинговых стратегий, основными этапами и техниками разработки медиабренда; формирование навыков маркетингового анализа медиапредприятий с использованием наиболее распространенных подходов;
- развитие навыков разработки концепции и инструментария медиабрендинга;
- изучение опыта применения стратегии брендинга ведущими российскими и зарубежными СМИ;
- развитие навыков оценки эффективности медиабренда.

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

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

Дисциплина (модуль) изучается в 8 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:**

- требования, предъявляемые к стратегии и тактике коммуникационных кампаний; содержательные и технологические особенности разработки коммуникационных программ и акций (код компетенции – ПК-7, код индикатора – ПК-7.1);
- алгоритм корпоративного позиционирования, факторы эффективности коммуникационной инфраструктуры организации, технологии разработки и реализации внутренней и внешней коммуникационной политики организации (код компетенции – ПК-8, код индикатора – ПК-8.1).

### **Уметь:**

- разрабатывать и обосновывать модель оценки эффективности коммуникационной кампании, определять методики реализации выбранной модели (код компетенции – ПК-7, код индикатора – ПК-7.2);
- разрабатывать стратегию и тактику коммуникационной политики организации, реализовывать корпоративные мероприятия, направленные на достижение поставленных целей, в том числе в условиях кризиса (код компетенции – ПК-8, код индикатора – ПК-8.2).

**Владеть:**

- навыками проведения ситуационного анализа, разработки плана-графика кампании / мероприятия, организации мониторинга деятельности по реализации коммуникационных программ (код компетенции – ПК-7, код индикатора – ПК-7.3);
- навыками формирования публичного дискурса, связанного с деятельностью базисного субъекта с учетом рисков (код компетенции – ПК-8, код индикатора – ПК-8.3).

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										
8	Э	5	180	36	60	–	–	2	0,25	81,75
<b>Итого</b>	-	5	180	36	60	–	–	2	0,25	81,75

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>8 семестр</i>	
1	Современные концепции бренд-менеджмента
2	Коммуникация как основа брендинга в медиасфере
3	Бренд для медиасферы: особенности разработки и позиционирования
4	Медиабрендинг в мировой и отечественной практике: креативные стратегии и кампании
5	Платформа медиабренда. Внедрение бренда и его развитие
6	Продвижение брендов СМИ и медиапродуктов
7	Управление портфелем брендов и построение архитектуры брендов медиакомпаний
8	Вклад маркетинговых коммуникаций в формирование капитала бренда
9	Мониторинг «здоровья бренда»
10	Оценка эффективности медиабренда

### 4.3 Содержание практических (семинарских) занятий

#### Очная форма обучения

№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
<i>8 семестр</i>	
1	Современные концепции бренд-менеджмента
2	Коммуникация как основа брендинга в медиасфере
3	Бренд для медиасферы: особенности разработки и позиционирования
4	Медиабрендинг в мировой и отечественной практике: креативные стратегии и кампании
5	Платформа медиабренда. Внедрение бренда и его развитие
6	Продвижение брендов СМИ и медиапродуктов
7	Управление портфелем брендов и построение архитектуры брендов медиакомпаний
8	Вклад маркетинговых коммуникаций в формирование капитала бренда
9	Мониторинг «здоровья бренда»
10	Оценка эффективности медиабренда

### 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>8 семестр</i>	
1	Подготовка докладов и сообщений по темам практических (семинарских) занятий
2	Выполнение практических заданий по темам практических (семинарских) занятий
3	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>8 семестр</i>			
Текущий контроль успеваемости	Первый рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Посещение лекционных занятий	8

Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося			Максимальное количество баллов	
		Работа на практических (семинарских) занятиях	16	
		Подготовка презентаций	6	
		Итого	30	
	Второй рубежный контроль	<b>Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:</b>		
		Посещение лекционных занятий	8	
		Работа на практических (семинарских) занятиях	16	
		Подготовка презентаций	6	
			Итого	30
Промежуточная аттестация	Экзамен		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			
	0 – 39	40 – 60	61 – 80	81 – 100
Стобалльная система оценивания				
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 компьютером (или 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.

2. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образова-

ние). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518357>.

## 7.2 Дополнительная литература

1. Иваницкий, В.Л. 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>. - 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/](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> - 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. Справочная правовая система «КонсультантПлюс».