



СИЛАБУС

навчальної дисципліни (вибіркова)

(кафедрального) каталогу

МЕДІАПЛАНУВАННЯ

Обсяг освітнього компоненту: Кількість годин – 180; кредитів – 6;
розподіл годин: лекції – 30, практичні – 30,
самостійна робота – 120. Вид контролю – залік.

другого рівня вищої освіти



***Соколова Юлія Олександрівна, доцент кафедри
«Маркетинг та логістика», кандидат
економічних наук, доцент***

Контактна інформація:

- номер телефону: +380506882347;

- e-mail: sjalex2015@gmail.com;

*- навчальний корпус та номер аудиторії: головний
навчальний корпус Університету, а. 281*

Час і місце проведення консультацій:

За розкладом, головний навчальний корпус, а.281

ОПИС КУРСУ

Курс орієнтовано на вивчення теоретичних та практичних основ медіапланування. З'ясовуються особливості регулювання процесу роботи із засобами масової інформації відповідно до певних принципів маркетингової діяльності. Важливим у контексті вивчення курсу є розуміння місця і ролі медіапланування у структурі рекламної діяльності підприємства. Пропонується опанування знань щодо сучасних медіа та специфіки їх функціонування та управління.

МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

1. Мета вивчення дисципліни «Медіапланування» є надання студентам теоретичних знань та практичних навичок з використання ефективних та комплексних засобів реклами, побудови обґрунтованої медіастратегії, організації та планування рекламної компанії, оцінки ефективності застосування різних засобів медіа.



2. В результаті вивчення дисципліни «Медіапланування» будуть сформовані:

а) Загальні компетентності:

- знання предметної області та розуміння професійної діяльності;
- здатність застосовувати теоретичні знання на практиці.

б) Професійні компетентності:

- визначати цілі і завдання медіапланування;
- застосовувати на практиці навички медіапланування,
- визначати цілі і завдання медіа планування які використовуються в медіаплануванні;
- планувати, організовувати та проводити різні інформаційно-комунікативні компанії;
- скласти медіаплан, володіти методикою визначення проміжних та підсумкових результатів рекламної кампанії;
- визначати цілі і завдання медіапланування;
- використовувати отримані знання для побудови ефективної рекламної кампанії.

в) Результати навчання:

- розуміння основ медіапланування та використання професійної термінології;
- знання методів і технологій планування рекламних кампаній;
- знання основних коефіцієнтів та показників, які використовуються в медіаплануванні;
- знання етапів побудови медіаплану;
- знання критеріїв оптимізації медіаплану

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Для успішного навчання та опанування компетентностями з дисципліни «Медіапланування», необхідно мати здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу інформації, застосовувати отримані знання на практиці, здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, виявляти ініціативу та широкий світогляд.

ПЕРЕЛІК ТЕМ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1 – Загальний тематичний план аудиторної роботи

Номер тижня	Теми лекцій, год.	Теми лабораторних/практичних робіт або семінарів, год.
<i>Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти медіапланування</i>		
1	Тема 1. Медіапланування: базові поняття.	Сем. 1. Медіапланування: базові поняття
2	Тема 2. Соціологічні джерела та інструментарій медіапланування.	Сем. 2. Соціологічні джерела та інструментарій медіапланування Пр. 3. Проведення досліджень медіапростору
3	Тема 3. Планування медіа бюджету	Пр.4 Складання бюджету



<i>Змістовий модуль 2. Технології ефективного управління інформаційно-рекламними кампаніями</i>		
4	Тема 4. Види медіадосліджень і формати надання даних. Моніторинг.	Пр.5 Види медіадосліджень і формати надання даних. Моніторинг.
5	Тема 5. Планування рекламних та інформаційних компаній: попередні процедури.	Сем. 6. Планування рекламних та інформаційних компаній: попередні процедури.
6	Тема 6. Планування рекламних та інформаційних компаній: основні та приватні моделі.	Сем. 7. Планування рекламних та інформаційних компаній: основні та приватні моделі.
7	Тема 7. Технологія медіапланування на радіо і телебаченні	Сем. 8, Пр. 9. Технологія медіапланування на радіо і телебаченні
8	Тема 8. Технологія медіапланування в пресі, мережі Інтернет і зовнішній рекламі.	Пр. 11, Пр.12. Технологія медіапланування в пресі, мережі Інтернет і зовнішній рекламі.

САМОСТІЙНА РОБОТА

Таблиця 2 – Перелік тем та завдань самостійної роботи

№ з.п.	Назва теми	Види СР	Контрольні заходи
1	Тема 1. Медіапланування: базові поняття.		Тестування
2	Тема 2. Соціологічні джерела та інструментарій медіапланування.		Презентація завдання, тестування
3	Тема 3. Планування медіа бюджету		Презентація завдання, тестування
4	Тема 4. Види медіадосліджень і формати надання даних. Моніторинг.		Презентація завдання, тестування
5	Тема 5. Планування рекламних та інформаційних компаній: попередні процедури.		Презентація завдання, тестування
6	Тема 6. Планування рекламних та інформаційних компаній: основні та приватні моделі.		Презентація завдання, тестування
7	Тема 7. Технологія медіапланування на радіо і телебаченні		Презентація завдання, тестування
8	Тема 8. Технологія медіапланування в пресі, мережі Інтернет і зовнішній рекламі.		



РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ДЖЕРЕЛА

Навчально-методичні розробки:

1. Конспект лекцій та презентаційний матеріал з дисципліни «Медіапланування» - <https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=6136>.
2. Практична робота №1- №7 - <https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=6136>.

ОЦІНЮВАННЯ

Контроль знань з дисципліни «Медіапланування» здійснюється за рейтинговою системою оцінювання. Рейтингова оцінка за результатами вивчення дисципліни «Медіапланування» визначається як середня двох змістовних модулів, у межах яких розподілені теми.

Для здобувачів вищої освіти денної форми навчання використовуються наступні засоби оцінювання:

- поточний контроль реалізується у формі усного опитування, виступів на практичних заняттях, поточного тестування, правильності виконання практичних завдань, у тому числі запланованих на самостійне опрацювання тощо;

- два рубіжних контролі;
- залік.

Для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання засоби оцінювання: захист контрольної роботи, підсумковий контроль у формі заліку: тести.

Оцінка заліку виставляється у відповідності до існуючих шкал оцінювання.

Впродовж семестру студенти можуть отримати максимум 100 балів за кожний модуль:

- виконання практичних завдань - до 30 балів;
- поточний контроль – до 40 балів;
- неформальна та/або інформальна освіта (відвідування тренінгів, семінарів, отримання сертифікатів, участь у кейс-чемпіонатах, академічна мобільність) – до 15 балів;
- наукова діяльність (участь у науковій темі кафедри, участь у конференціях, написання статей) – до 15 балів;
- залік –100 балів максимум;
- контрольна робота студента заочної форми навчання – до 100 балів.

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика дедлайнів. Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. За наявності поважних причин (відповідно до інформації, яку надано деканатом) здобувач вищої освіти має право на складання індивідуального графіку вивчення окремих тем дисципліни.



В разі, якщо здобувач вищої освіти проходить додаткове навчання (неформальна та/або інформальна освіта) на освітніх платформах (наприклад, Prometheus), в інформаційних центрах, вивчає дисципліни в інших закладах освіти в межах академічної мобільності, бере участь у кейс-чемпіонатах (наприклад, Marketing Hackathon від компанії Genesis), науковій роботі кафедри, то результати додаткового навчання та активності можуть бути зарахованими або як певна частина годин дисципліни, що відводиться на самостійну роботу, або врахована під час рубіжного контролю та екзамену.

Політика академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю, досягнення результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право та суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної (наукової, творчої) діяльності, використання достовірної інформації з офіційних джерел при виконанні проектних завдань.

При вивченні дисципліни політика дотримання академічної доброчесності визначається Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка» https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf

Політика дотримання прав та обов'язків здобувачів вищої освіти. Права і обов'язки с здобувачів вищої освіти відображено у п.7.5 Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_organizatsiyu_osvitnoho_protsetsu.pdf).

Політика конфіденційності та захисту персональних даних. Обмін персональними даними між викладачем і здобувачем вищої освіти в межах вивчення дисципліни, їх використання відбувається на основі закону України «Про захист персональних даних» (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>). Стаття 10, п. 3 «Використання персональних даних працівниками суб'єктів відносин, пов'язаних з персональними даними, повинно здійснюватися лише відповідно до їхніх професійних чи службових або трудових обов'язків. Ці працівники зобов'язані не допускати розголошення у будь-який спосіб персональних даних, які їм було довірено або які стали відомі у зв'язку з виконанням професійних чи службових або трудових обов'язків, крім випадків, передбачених законом. Таке зобов'язання чинне після припинення ними діяльності, пов'язаної з персональними даними, крім випадків, установлених законом».

ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДЛЯ РОБОТИ НА КУРСІ

Для того, щоб мати доступ до навчально-методичних розробок курсу необхідно мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle (<https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=6136.>).