Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет маркетинга, рекламы и сервиса

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры Рекламы и связей с общественностью

Протокол от «___» _____201_ г.

№_____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.8.1 Профессиональные информационные технологии (Галилео)

направление подготовки
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере"

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора – 2017

Москва, 2017 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, канд. техн. наук, доцент В.Н. Ясонов

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью, д-р филол. наук, профессор Евстафьев В.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.8.1. «Профессиональные информационные технологии (Галилео)» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-1	Способность использовать современные информационные технологии в профессиональной деятельности	ДПК-1.1	Способность применения современных технологий сбора, обработки, хранения и передачи информации, владение современными пакетами прикладных программ для планирования рекламной деятельности

1.2.В результате освоения дисциплины Б1.В.ДВ.8.1. «Профессиональные информационные технологии (Галилео)» у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта) / профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПС-11.005 А Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ А/01.6 - определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ; А/02.6 - подготовка создания сценарного материала нового продукта; А/03.6 - планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ; А/05.6 -	ДПК-1.1	**на уровне знаний:** определения основных критериев и характеристик медиапланирования; **на уровне умений:** продемонстрировать взаимосвязь основных статистик медиапланирования; использовать инструментарий программного обеспечения для проведения оптимизационных действий **на уровне навыков:** владеет приемами выбора оптимизационной модели для конкретного медиаплана;

организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами; А/06.6 - организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ; А/07.6 - организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания		

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		**Объем дисциплины, час.**		
		Всего	**Семестр**	
			2	3
Очная форма обучения				
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		***36***		***36***
лекционного типа (Л)		***12***		***12***
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)				
практического (семинарского) типа (ПЗ)		***24***		***24***
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		***72***		***72***
Промежуточная аттестация	**форма**	***Зачет с оценкой***		***Зачет с оценкой***
	час.			
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		***108/3***		***108/3***

Место дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.8.1 Профессиональные информационные технологии (Галилео) осваивается в 3 семестре по очной форме, общая трудоемкость – 3 зачетные единицы.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплины Б1.Б.13 «Компьютерные технологии и информатика» и является основой для изучения дисциплин: GR и политические

технологии, реклама в новых и конвергентных медиа, лаборатория рекламы: BTL – технологии, лаборатория рекламы: социальная реклама и др.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Проект TNS Gallup Media «TV Index»	17	3		6		18	
Тема 2	Статистики и атрибуты программы Galileo	19	3		6		18	О
Тема 3	Инструменты программы Galileo: Кросс-таблица и Выбор медиа	17	3		6		18	О
Тема 4	Инструменты программы Galileo: План и Оптимизатор	19	3		6		18	О
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
	Всего:	**108**	**12**		**24**		**72**	

Примечание:
**формы текущего контроля: опрос (О).*

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Проект TNS Gallup Media «TV Index»	Проект TNS Gallup Media по измерению телевизионной аудитории «TV Index». География и участники исследования в проекте TNS Gallup Media по измерению телевизионной аудитории «TV Index». Методы измерения. Проекты National Readership Survey (NRS) и Marketing Index (M Index).
Тема 2	Статистики и атрибуты программы Galileo	Основные статистические показатели и атрибуты программы Galileo: Аудитория (Audience) Рейтинг (TVR) Доля (Share) Охват (Reach) Длительность (Duration) Количество (Quantity) Стоимость (Cost) Создание целевой группы. Атрибуты телепередач и рекламных блоков.
Тема 3	Инструменты программы Galileo: Кросс-таблица и Выбор медиа	Общие характеристики, назначение, структура и состав инструментов программы Galileo Кросс-таблица и Выбор медиа, их формирование. Средние показатели телеканалов за определенный период. Демографический профиль телеканала.
Тема 4	Инструменты программы Galileo: План и Оптимизатор	Общие характеристики, назначение, структура и состав инструментов программы Galileo План и Оптимизатор. Мониторинг проведенной рекламной кампании и анализ ее эффективности. Анализ деятельности рекламодателей-конкурентов. Анализ отдельных выходов программ.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.8.1 Профессиональные информационные технологии (Галилео) используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

При проведении занятий лекционного типа: лекция-презентация;
при проведении занятий семинарского типа: устный опрос,
при контроле результатов самостоятельной работы студентов: вопросы для самопроверки.

4.1.2. Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов: в пи**сьменной форме**

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Вопросы для опроса

1. Описание общих статистик программы Galileo
2. Аудитория (Audience)
3. Рейтинг (TVR)
4. Доля (Share)
5. Охват (Reach)
6. Длительность (Duration)
7. Количество (Quantity)
8. Стоимость (Cost)
9. Инструменты программы Galileo: Кросс-таблица
10. Инструменты программы Galileo: Выбор медиа
11. Инструменты программы Galileo: План
12. Инструменты программы Galileo: Оптимизатор
13. Проект TV Index
14. Построение целевой аудитории
15. Демографический профиль телеканала
16. Стоимостные статистики программы Galileo
17. Построение целевой аудитории
18. Демографический профиль телеканала
19. Стоимостные статистики программы Galileo

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение

1. Описание общих статистик программы Galileo
2. Аудитория (Audience)
3. Рейтинг (TVR)
4. Доля (Share)
5. Охват (Reach)
6. Длительность (Duration)
7. Количество (Quantity)
8. Стоимость (Cost)

Вопросы для самопроверки

1. Назовите модели медиапланирования, используемые при разработке рекламных кампаний.
2. Как формируются базы данных.
3. Что такое пользовательские переменные?
4. С какой целью осуществляют прогнозирование рейтинга?
5. Какие модели прогнозирования рейтинга наиболее распространены?
6. От чего зависит точность прогноза рейтинга?
7. Что такое частота контактов?
8. Как определяют эффективную частоту?
9. Какая связь существует между частотой и параметрами целевой группы?
10. Приведите определение потребительских предпочтений.
11. Какими параметрами можно оценить потребительское поведение?
12. Моно ли установить параметры потребительского поведения для определенной целевой группы?

13. Что такое минимальная эффективная частота?
14. Каково значение максимальной эффективной частоты?
15. Влияет ли величина эффективной частоты на вес рекламной кампании?
16. Что такое жизненный цикл товара?
17. Каковы стадии жизненного цикла товара?
18. В чем отличие жизненных циклов товара и торговой марки?
19. Назовите примеры традиционных медиа.
20. Назовите примеры нетрадиционных медиа.
21. Какие медиа относятся к специализированным?
22. Дайте определение эффективной частоты.
23. Приведите определение эффективного охвата.
24. Существует ли взаимосвязь между эффективным охватом и эффективной частотой?
25. Какие критерии оптимизации рекламной кампании вам известны?
26. Какие из существующих критериев оптимизации рекламной кампании можно применить при использовании функции Optimizer программы Galileo?
27. Возможна ли оптимизация по суммарному рейтингу рекламной кампании?

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1.Формируемые компетенции

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-1	Способность использовать современные информационные технологии в профессиональной деятельности	ДПК-1.1	Способность применения современных технологий сбора, обработки, хранения и передачи информации, владение современными пакетами прикладных программ для планирования рекламной деятельности

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Этап освоения компетенции	Критерий оценивания	Показатель оценивания
ДПК-1.1	Знает определения основных критериев и характеристик медиапланирования; Умеет продемонстрировать взаимосвязь основных статистик	Правильно охарактеризованы и продемонстрированы знания и понимание: - Общие приемы работы в программе Galileo;

	медиапланирования; -использовать инструментарий программного обеспечения для проведения оптимизационных действий Владеет приемами выбора оптимизационной модели для конкретного медиаплана;	-Кросс-таблица Cross Table для маркетинговых исследований; Функция ранжирования Ranker; -Таблица Cover Table для анализа структуры медианосителей/ Функция Planner для построения медиаплана; -Оптимизация медиаплана с помощью функции Optimizer. -Проект TNS Gallup Media «TV Index»; Multidimensional Report. Статистики и атрибуты программы Palomars; -Отчеты программы Palomars: отчет Time Band report и отчет Simple Report; -Отчеты программы Palomars: отчет Multidimensional Report.

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

Вопросы к зачету с оценкой:

1. Исходные данные для медиапланирования.
2. Основные документы медиаплана, их формы.
3. Критерии оптимизации медиаплана.
4. Последовательность выполнения расчетов медиаплана.
5. Функция Cross table программы Galileo.
6. Функция Ranker программы Galileo.
7. Функция Optimizer программы Galileo.
8. Типы календарных графиков размещения рекламных сообщений в СМИ.
9. Оптимизация медиаплана в рамках видов СМИ.
10. Рейтинги СМИ.
11. Суммарный рейтинг рекламной кампании.
12. Сегментирование рынка или аудитории, описание целевой группы.
13. Методы маркетинговых исследований.
14. Показатели медиапланирования: доля аудитории радио/телепередачи, индекс соответствия, охват целевой аудитории, частота, цена за тысячу.
15. Понятие целевой группы и её определение.
16. Виды и средства распространения рекламной информации.
17. Социально-демографические характеристики.
18. Этапы процесса медиапланирования.
19. Объекты маркетинговых исследований.
20. Сегментирование рынка: географическое, демографическое и социально-психологическое.
21. Анализ эффективности рекламной кампании после ее проведения

Шкала оценивания

Баллы	Оценка	Требования к знаниям
100-81	*Зачтено с оценкой 5, «отлично»*	Студенты правильно характеризует и демонстрирует знаний и понимание: - Общие приемы работы в программе Galileo; -Кросс-таблица Cross Table для маркетинговых исследований; Функция ранжирования Ranker; -Таблица Cover Table для анализа структуры медианосителей/ Функция Planner для построения медиаплана; -Оптимизация медиаплана с помощью функции Optimizer. -Проект TNS Gallup Media «TV Index»;
80-61	*Зачтено с оценкой 4, «хорошо»*	Ответ студента правильный, но неполный. Не приведены иллюстрирующие примеры, обобщающее мнение студента недостаточно четко выражено.

60-41	*Зачтено с оценкой 3, «удовлетворительно»*	Ответ правилен в основных моментах, нет иллюстрирующих примеров, нет собственного мнения студента, есть ошибки в деталях и/или они просто отсутствуют.
40-0	*«не зачтено»*	В ответе существенные ошибки в основных аспектах темы.

4.4. Методические материалы

Занятия по дисциплине представлены следующими видами работы: лекции, практические занятия, а также самостоятельной работой студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с расчетом основных показателей, с обсуждением проблемных вопросов и вырабатывают свое мнение по поводу решения основных вопросов в сфере медиапланирования.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся по вопросам, готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к зачету с оценкой.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий.

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с Уставом Академии, Положением о промежуточной аттестации студентов по программам ВО. Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Учебным планом в форме зачета с оценкой.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, т.к. она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;

– ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

– внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
– узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
– ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
– постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
– запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

– внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
– выпишите основные термины;
– ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
– уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
– готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
– рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету с оценкой. К зачету с оценкой необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

– программой дисциплины;
– перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
– тематическими планами лекций, семинарских занятий;
– контрольными мероприятиями;
– учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
– перечнем вопросов для зачета с оценкой.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета с оценкой.

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование /Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2015. – 315 с.

2. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: Учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 495 с.

3. Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства. Учебник для бакалавров / В.А.Евстафьев, А.В.Молин. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016.-512 с.

6.2. Дополнительная литература.

1. Назайкин, А.Н. Как оценить эффективность рекламы. Практическое пособие/ А.Н.Назайкин. – М.: Солон-Пресс, 2014.-304 с.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Евстафьев В.А. Введение в медиапланирование: Учебное пособие для начинающих медиапланеров / В.А. Евстафьев, В.Н. Ясонов // - М: РИП-холдинг, 2003. – 42 с.

6.4. Нормативные правовые документы.

Не используются.

6.5. Интернет-ресурсы.

1. www.mediaplan.ru
2. www.tns-global.ru
3. www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
4. www.nns.ru / -Национальная электронная библиотека
5. www.rsi.ru / - Российская государственная библиотека
6. www.rambler.ru / - Поисковая система
7. www.yandex.ru / - Поисковая система

6.6. Иные источники.

Не используются.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. 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 рабочим учебным программам дисциплин.

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

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary -

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics - Электронныйсловарь.

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS

Web of Science

Wiley Online Library

World Bank Elibrary

Архивы научных журналов NEICON

Интернет-сервис «Антиплагиат»

Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»

ЭБС Издательства "Лань"

ЭБС Юрайт

Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»