

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.09.2026 10:31:19
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании

Высшей школы туризма и социальных технологий

Протокол от 26.08.2024 г. № 1

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(фонд оценочных средств)
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

«Медиапланирование»

наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе

бакалавриата

бакалавриата,
специалитета, магистратуры

«Реклама и связи с общественностью»

наименование образовательной программы

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель

Кораблева О.В. доцент, высшая школа туризма и социальных технологий, к.с.н., доцент

ФИО, должность, структурное подразделение,
ученая степень, ученое звание

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
ПК-3	Способен применять в профессиональной деятельности основные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы	ИПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знает:

- методы, инструменты, принципы и технологии медиа-планирования;
- рынок СМИ, специфику СМИ отрасли;
- принципы и способы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;
- специфику использования медиа в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
- принципы и технологии медиапланирования;
- технологии медиарилейшнз;
- современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

Умеет:

- осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;
- применять методы, инструменты, принципы и технологии медиапланирования;
- использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования;
- использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

Владеет:

- навыками применения методов, инструментов, принципов и технологий медиа-планирования в рамках реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
- основами построения медиарилейшнз и медиапланирования

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Компетенция
1	Тема 1. Современное медиапланирование в России	ПК-1 ПК-3
2	Тема 2. Бриф для медиаплана	ПК-1 ПК-3
3	Тема 3. Средства распространения рекламы в медиапланировании	ПК-1 ПК-3
4	Тема 4. Медиамикс в медиапланировании	ПК-1 ПК-3
5	Тема 5. Процесс медиапланирования	ПК-1 ПК-3
6	Тема 6. Медиаисследования в медиапланировании	ПК-1 ПК-3

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра

Форма промежуточной аттестации по дисциплине – экзамен.

Шкала оценки уровня сформированности компетенций		Шкала оценки уровня освоения дисциплины	
Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл
Допороговый	Ниже 61	Ниже 61	«неудовлетворительно»
Пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно»
		70-85,9	«хорошо»
Повышенный	86-100	86-100	«отлично»

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Перечень вопросов и заданий для подготовки к экзамену

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

1. Понятия и логика медиапланирования.
2. «Рекламный носитель»: понятие и виды.
3. Подходы к медиапланированию.
4. Место и роль медиапланирования в рекламе.
5. Мировые и отечественные тенденции развития медиапланирования.
6. Исходные маркетинговые данные для медиапланирования.
7. Основные параметры медиапланирования.
8. Цели и задачи медиапланирования.
9. Функции брифа для медиаплана.
10. Виды брифов для медиаплана.
11. Директ-мейл.
12. Пресса как рекламоноситель.
13. Телевидение как рекламоноситель.
14. Радио как рекламоноситель.
15. Наружная реклама как рекламоноситель.
16. Интернет как рекламоноситель.
17. Реклама на локальных носителях.
18. Сувенирная реклама.
19. Реклама на людях и животных.
20. Новейшие средства и носители рекламы.

ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы

21. Понятие медиамикса.
22. Условия применения медиамикса.
23. Ошибки при расчете медиамикса.
24. Изучение исходных данных.
25. Медиаобсчет.
26. Посткампейн.
27. Тестирование медиаплана.
28. Коррекция медиаплана.
29. Современный рынок медиаисследований.
30. Виды исследований медиа.
31. Методы медиаисследований.
32. Исследования популярности медиа.
33. Исследования аудитории медиа.
34. Мониторинг медиа.
35. Проблемы медиаисследований.