

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

Структурное подразделение «Брикс кафедра»

УТВЕРЖДЕНА:
на заседании кафедры
Протокол №15 от 18 марта 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

«МЕДИАМАРКЕТИНГ/ MEDIA MARKETING»

Направление: 42.03.02 Журналистика

Журналистика и коммуникативные технологии / Journalism and communications

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Документ подписан простой электронной подписью Составитель программы: Киреенко Анна Павловна Дата подписания: 21.06.2025
--

Документ подписан простой электронной подписью Утвердил и согласовал: Киреенко Анна Павловна Дата подписания: 21.06.2025
--

Год набора – 2025

Иркутск, 2025 г.

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

1.1 Дисциплина «Медиамаркетинг/ Media Marketing» обеспечивает формирование следующих компетенций с учётом индикаторов их достижения

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
ПКР-1 Способность выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа	ПКР-1.4

1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результат обучения
ПКР-1.4	Понимает на базовом уровне взаимосвязь между актуальными темами и продвижением СМИ на медиарынке и привлечении рекламодателей	Знать основные методы продвижения СМИ на медиарынке и привлечения рекламодателей Уметь установить на базовом уровне взаимосвязь между актуальными темами и продвижением СМИ на медиарынке и привлечении рекламодателей Владеть на базовом уровне методами продвижения СМИ на медиарынке и привлечения рекламодателей

2 Место дисциплины в структуре ООП

Изучение дисциплины «Медиамаркетинг/ Media Marketing» базируется на результатах освоения следующих дисциплин/практик: «Экономика / Microeconomics and Macroeconomics», «Система СМИ / Mediasystem»

Дисциплина является предшествующей для дисциплин/практик: «Основы рекламы и публичных отношений в СМИ / Fundamentals of Advertising and Public Relations in the Media», «Менеджмент в СМИ / Media Management»

3 Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет – 3 ЗЕТ

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах (Один академический час соответствует 45 минутам астрономического часа)	
	Всего	Семестр № 3
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия, в том числе:	30	30
лекции	15	15
лабораторные работы	0	0
практические/семинарские занятия	15	15
Самостоятельная работа (в т.ч. курсовое проектирование)	42	42

Трудоемкость промежуточной аттестации	36	36
Вид промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине)	Экзамен	Экзамен

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Сводные данные по содержанию дисциплины

Семестр № 3

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Виды контактной работы						СРС		Форма текущего контроля
		Лекции		ЛР		ПЗ(СЕМ)				
		№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Место медиамаркетинга в структуре редакционной работы СМИ	1	5			1	4	3	10	Отчет
2	Направления медиамаркетинга	2	6			2	6	3	10	Отчет
3	Методы продвижения СМИ	3	4			3	5	1, 2	22	Проект
	Промежуточная аттестация								36	Экзамен
	Всего		15				15		78	

4.2 Краткое содержание разделов и тем занятий

Семестр № 3

№	Тема	Краткое содержание
1	Место медиамаркетинга в структуре редакционной работы СМИ	
2	Направления медиамаркетинга	
3	Методы продвижения СМИ	

4.3 Перечень лабораторных работ

Лабораторных работ не предусмотрено

4.4 Перечень практических занятий

Семестр № 3

№	Темы практических (семинарских) занятий	Кол-во академических часов
---	---	----------------------------

1	Место медиамаркетинга в структуре редакционной работы СМИ	4
2	Направления медиамаркетинга	6
3	Методы продвижения СМИ	5

4.5 Самостоятельная работа

Семестр № 3

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Подготовка к участию в проектах	10
2	Подготовка презентаций	12
3	Проработка разделов теоретического материала	20

В ходе проведения занятий по дисциплине используются следующие интерактивные методы обучения: дискуссия

5 Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины

5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

5.1.1 Методические указания для обучающихся по практическим занятиям

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

5.1.2 Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе:

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- консультации;
- выполнение тренировочных и обучающих тестов с последующим обсуждением результатов и проблемных моментов

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям, интернет-ресурсам;
- подготовка к семинарам.

6 Фонд оценочных средств для контроля текущей успеваемости и проведения промежуточной аттестации по дисциплине

6.1 Оценочные средства для проведения текущего контроля

6.1.1 семестр 3 | Отчет

Описание процедуры.

отчет по анализу медиа/маркетинговой компании

Критерии оценивания.

Полнота анализа

6.1.2 семестр 3 | Проект

Описание процедуры.

Разработка проекта

Критерии оценивания.

Самостоятельность

6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

6.2.1 Критерии и средства (методы) оценивания индикаторов достижения компетенции в рамках промежуточной аттестации

Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Средства (методы) оценивания промежуточной аттестации
ПКР-1.4	Понимает на базовом уровне взаимосвязь между актуальными темами и продвижением СМИ на медиарынке и привлечении рекламодателей	Устный опрос и/или тестирование

6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

6.2.2.1 Семестр 3, Типовые оценочные средства для проведения экзамена по дисциплине

6.2.2.1.1 Описание процедуры

Тест

6.2.2.1.2 Критерии оценивания

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
90%и более правильных ответов	70% и более правильных ответов	Более 50% правильных ответов	менее 50% правильных ответов

7 Основная учебная литература

1. Kitty A. A New Approach to Journalism / A. Kitty, 2020. - 357.

8 Дополнительная учебная литература и справочная

1. Journalism / editor T. P. Vos, 2018. - 617.

9 Ресурсы сети Интернет

1. <http://library.istu.edu/>
2. <https://e.lanbook.com/>

10 Профессиональные базы данных

1. <http://new.fips.ru/>
2. <http://www1.fips.ru/>

11 Перечень информационных технологий, лицензионных и свободно распространяемых специализированных программных средств, информационных справочных систем

1. Лицензионное программное обеспечение Системное программное обеспечение
2. Лицензионное программное обеспечение Пакет прикладных офисных программ
3. Лицензионное программное обеспечение Интернет-браузер

12 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения лекционных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащение: комплект учебной мебели, рабочее место преподавателя, доска. Мультимедийное оборудование (в том числе переносное): мультимедийный проектор, экран, акустическая система, компьютер с выходом в интернет.
2. Учебная аудитория для проведения лабораторных/практических (семинарских) занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащение: комплект учебной мебели, рабочее место преподавателя, доска. Мультимедийное оборудование (в том числе переносное): мультимедийный проектор, экран, акустическая система, компьютер с выходом в интернет.