

Аннотация рабочей программы дисциплины «Медиапланирование» для направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Направленность (профиль) образовательной программы - Реклама и связи с общественностью в государственных и коммерческих структурах

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

освоение знаний, приобретение умений и формирование компетенций по медиапланированию.

Задачи изучения дисциплины:

- анализ средств масс-медиа в качестве значимых носителей рекламной информации;
- формирование практических навыков медиапланирования и исследования средств массовой коммуникации методами социологии, психологии и семиотики;
- изучение зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и рекламной деятельностью;
- определение места и роли рекламы в структуре СМК, включая новейшие информационные каналы;
- практическое использование критериев выбора рекламоносителя;
- получение навыков составления медиаплана, оценки его эффективности, медиапланирования с использованием компьютерной базы данных.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

2.1. Универсальные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИД-1 УК-2 Демонстрирует способность управления разного рода проектами в области рекламы и связей с общественностью

2.2 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-2. Способен осуществлять проектно - аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИД-1 ПК-2 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике. ИД-2 ПК-2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.

3. Содержание дисциплины

Основные определения и этапы медиапланирования. Медиаисследования как процесс получения медиаданных. Выбор медиасредств: основные процедуры и характеристики. Выбор медиасредств: основные процедуры и характеристики. Количественные показатели характеристики медианосителей. Комбинированные

показатели медиапланирования. Основные медиастратегии и технологии медиапланирования. Определение бюджета коммуникационной кампании. Особенности медиапланирования деятельности по связям с общественностью.