

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы медиапланирования» для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: привить студентам практические навыки планирования, подготовки, организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

Задачи дисциплины:

- развитие профессиональных навыков разработки медиаплана;
- овладение различными методиками оценки эффективности медиаплана.
- формирование навыков подготовки и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.
- обучение применению основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

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

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИД-1 ПК-3 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и/или реализации коммуникационного продукта. ИД-2 ПК-3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. ИД-3 ПК-3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.

3. Содержание дисциплины

1. Сущность, виды и структура плана рекламных кампаний
2. Сущность, виды и структура медиаплана
3. Целевая аудитория рекламной кампании
4. Методы планирования рекламного бюджета
5. Выбор средств распространения рекламы
6. Основные показатели и категории медиапланирования
7. Разработка медиаграфика
8. Оптимизация медиа плана
9. Оценка эффективности медиаплана