

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы медиапланирования» для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.  
Направленность (профиль) образовательной программы - Реклама и связи с общественностью**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Цель изучения дисциплины:**

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

**Задачи изучения 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**

2.1 Профессиональные компетенции 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-1ПК-3 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и/или реализации коммуникационного продукта ИД-2ПК-3 Принимает в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ИД-3ПК-3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.

**3. Содержание дисциплины**

Сущность, виды и структура плана рекламных кампаний. Сущность, виды и структура медиаплана. Целевая аудитория рекламной кампании. Методы планирования рекламного бюджета. Выбор средств распространения рекламы. Основные показатели и категории медиапланирования. Разработка медиа графика. Оптимизация медиа плана. Оценка эффективности медиаплана.