

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Медиапланирование»**

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины - изучение основных понятий медиапланирования в системе маркетинговых коммуникаций для понимания сущности рекламных и бизнес-процессов. Курс нацелен на приобретение студентами базовых знаний по медиапланированию для эффективного управления коммуникациями в различных социальных сферах и на государственных и коммерческих предприятиях.

Задачи освоения дисциплины:

- познакомить студентов с курсом «Медиапланирование» как профессиональной деятельностью;
- дать студентам конкретные навыки медиапланирования;
- дать обзор медиастратегий;
- рассказать об отличиях медийного планирования от других видов деятельности специалиста в рекламной практике.
-

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Очная форма

Дисциплина «Медиапланирование» относится к вариативной части обязательных дисциплин учебного плана бакалавров. Изучается в 7 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:

К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты информационно-коммуникационных процессов (предшествующие дисциплины «Социология массовой коммуникации», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Продвижение СМИ»), производственная практика.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс станет важным для изучения различных процессов в рамках дисциплин Поведение потребителей, производственная практика, ГИА.

Заочная форма

Дисциплина «Медиапланирование» относится к вариативной части обязательных дисциплин учебного плана бакалавров. Изучается в 8 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:

К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты информационно-коммуникационных процессов (предшествующие дисциплины «Социология массовой коммуникации», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Продвижение СМИ»), производственная практика.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс станет важным для изучения различных процессов в рамках дисциплин Поведение потребителей, производственная практика, ГИА.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-3 Способен организовывать продвижение продукции СМИ	<p>Знать: Основные понятия медиапланирования</p> <p>Знание основных направлений разработки коммуникационных кампаний</p> <p>Уметь: Принимать обоснованные решения по использованию медиа в профессиональной деятельности, планировать и организовывать работы по подготовке графиков реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ</p> <p>Владеть: Навыками планирования коммуникаций, навыками составления медиаплана на всех этапах</p>
ПК-6 Способен применять исследовательские инструменты при проведении маркетинговых деятельности	<p>Знать методы и технологию проведения медиаисследований, основные методики и техники их проведения</p> <p>Уметь: организовать и проводить исследования медиа, их аудиторий</p> <p>Владеть: Основными методами исследования медиа и анализа ситуации при составлении медиаплана</p>

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение практических занятий, связанных с отработкой навыков медиапланирования,
- работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний)
- выполнение, презентация и защита проектного задания.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- подготовка докладов;
- подготовка индивидуального проекта;
- подготовка к выступлению на семинарах, контрольным работам;
- подготовка к зачету и пр.

6. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами, разбора ситуаций, решения задач), проверки выполнения домашних заданий (решения задач), а также проверки освоения обучающимися учебной и научной литературы по вопросам, изучаемым в рамках учебной дисциплины.

Промежуточный контроль осуществляется путем контрольных работ, подготовки докладов, презентаций, написание реферативной работы, выполнение домашних заданий и подготовка индивидуального проекта.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения зачета по утвержденной программе.