

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **ОСНОВЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ**

1. Цели освоения дисциплины

изучение технологии медиапланирования, а также формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов.

В ходе изучения дисциплины перед студентами ставятся следующие задачи: усвоение ключевых понятий теории медиапланирования; знание основных параметров медиапланирования, этапы процесса планирования рекламных кампаний; овладение исследовательским инструментарием, который используется в процессе медиапланирования; овладение технологиями выбора рекламных носителей.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина относится к вариативной части профессионального цикла (дисциплины по выбору). Дисциплина опирается на знания, полученные студентами в рамках освоения программы бакалавриата, являясь, в свою очередь, базовой для такой дисциплины, как «Медиаэкономика».

3. Формируемые компетенции в результате освоения дисциплины (модуля) «Основы медиапланирования»:

ОПК-2 – готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОПК-7 – готовностью учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности;

ПК-3 – готовностью осуществлять организационные, координационные, контролируемые обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1)Знать: основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования; основные технологии медиапланирования; модели прогнозирования рейтинга.

2)Уметь: составить медиаплан и выполнить оценку его эффективности; оценивать отбор носителей рекламы; проводить ситуационный анализ (товар, аудитория, рынок).

3)Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности; навыками работы с данными измерения аудитории и другими информационными источниками медиапланирования; представлениями о сущности и структуре основных документов медиапланирования; приемами и принципами составления медиапланов, основываясь на конкретно заданных параметрах.

Структура и содержание дисциплины (модуля) «Основы медиапланирования»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

№п/п	Раздел дисциплины
1	Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики
2	Профессиограмма медиапланера.
3	Основные этапы медиапланирования
4	Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике
5	Программное обеспечения медиапланирования
6	Принципы отбора медианосителей
7	Характеристики и особенности основных каналов размещения: Пресса, ТВ, Радио, Internet, наружная реклама
8	Эффективность проведенной рекламной кампании в