

Аннотация
на программу дисциплины «Медиапланирование», реализуемую в рамках ОПОП
бакалавриата по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Данная дисциплина относится к базовой части учебного плана направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Изучение медиапланирования происходит в течение 5 семестра и базируется на знаниях, умениях и навыках, сформированных в ходе освоения таких профессиональных дисциплин, как «Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Теория и практика массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика связей с общественностью», а также «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью».

Целью освоения учебной дисциплины «Медиапланирование» является обучение основам медиапланирования как составляющей рекламного процесса, а также изучение теории и практики эффективного медиапланирования с использованием различных каналов и средств массовой коммуникации.

Процесс изучения дисциплины «Медиапланирование» нацелен на формирование следующих профессиональных компетенций: «способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью» (ПК – 1), «владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы» (ПК-2).

В результате изучения дисциплины студентами осваивается обширный теоретический базис, касающийся основных функций медиапланирования, базовых параметров медиапланирования, моделей размещения рекламы, механизмов выбора рекламных стратегий с точки зрения медиапланирования. Студенты учатся применять базовые технологии медиапланирования на различных этапах профессиональной деятельности. В ходе лабораторных занятий отрабатываются навыки составления медиаплана в рамках рекламной кампании, методы расчета бюджета для реализации медиастратегии, написание медиабрифа, а также некоторые методы оценки эффективности медиапланирования.

В процессе обучения используются интерактивные технологии обучения, общая доля которых занимает около 30% аудиторных практических занятий. Кроме того, активно реализуется проектная деятельность студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов). Дисциплина «Медиапланирование» изучается посредством лекционных (18 часов) и лабораторных (18 часов) занятий, а также самостоятельной работы студентов (36 часов) и завершается экзаменом.

Продолжительность изучения дисциплины – один семестр.