

**Негосударственное аккредитованное некоммерческое
частное образовательное учреждение высшего образования
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций

Рассмотрено и одобрено на заседании
кафедры Технологий сервиса и деловых
коммуникаций Академии ИМСИТ,
протокол №8 от 19 марта 2018 года,
зав. кафедрой, доцент


_____ Н.И. Севрюгина

УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
ДЛЯ
ДОКУМЕНТОВ
Председатель НМС,
проректор по учебной работе,
профессор


_____ Н.Н. Павелко

Б1.В.08 «МЕДИААНАЛИЗ И МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ»

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»
Квалификация
Бакалавр

Краснодар
2018

<p>Цель и задачи изучения дисциплины:</p>	<p>Цели дисциплины: дать студентам целостное представление о системе медиапланирования в маркетинге, сформировать у студентов четкое представление об планировании во всех направлениях медиа, как области знаний и сфере деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины: -Ознакомить студентов с теоретическими основами медиапланирования. -Научить алгоритму создания эффективной рекламной кампании, грамотно используя инструменты медиапланирования, что позволит выбирать оптимальные программы размещения рекламного материала используя параметры коммуникативной эффективности плана рекламной кампании и учитывая возможности оптимизации бюджета.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение понятия «медиапланирование», его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики 2. Профессиограмма медиапланера 3. Основные этапы медиаланирования 4. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике 5. Программное обеспечения медиапланирования 6. Характеристики и особенности основных каналов размещения: - Пресса - ТВ - Радио 7. Характеристики и особенности основных каналов размещения: - Internet - Наружная реклама 8. Эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:</p>	<p>умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОК-5)</p> <p>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)</p> <p>умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4)</p> <p>способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12)</p> <p>способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14)</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p>	<p>Знать: - специфику профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой</p>

	<p>информации;;</p> <ul style="list-style-type: none"> - специфику реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности. - специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их – планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; - осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью; - принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; - знаниями и навыками планировки и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.
Формы проведения занятий, образовательные технологии:	<p>Лекционные занятия: проблемные лекции, лекция – визуализация, лекция-беседа, лекция - анализ ситуаций.</p> <p>Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, метод «круглого стола», метод «коллективной мыслительной деятельности», методы анализа проблемных ситуаций, логико- методологическое проектирование, решение задач.</p>
Используемые инструментальные и программные средства:	Средства проекции (презентации), программированного контроля (тестирования)
Формы промежуточного контроля:	Текущие оценки знаний, тестирование, доклады, самостоятельные работы
Общая трудоемкость изучения дисциплины:	180 ч./5 з.е.
Форма итогового контроля знаний:	Экзамен, зачет