

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования
Информация о владельце: Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
ФИО: Агабекян Раиса Левониковна (г. Краснодар)
Должность: ректор (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)
Дата подписания: 01.04.2024 08:04:06
Уникальный программный ключ:
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
доцент Севрюгина Н.И.
25.12.2023

Б1.В.05

Медиаанализ и медиапланирование

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Кафедра рекламы и дизайна**
Учебный план 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация **бакалавр**
Форма обучения **заочная**
Программу составил(и): кфн, доцент кафедры рекламы и дизайна Академии ИМСИТ, Петракова Анна Сергеевна

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		5		Итого	
	уп	рп	уп	рп		
Лекции	6	6	4	4	10	10
Практические	8	8	8	8	16	16
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,2	0,2	0,3	0,3	0,5	0,5
Итого ауд.	14	14	12	12	26	26
Контактная работа	14,2	14,2	12,3	12,3	26,5	26,5
Сам. работа	54	54	87	87	141	141
Часы на контроль	3,8	3,8	8,7	8,7	12,5	12,5
Итого	72	72	108	108	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Целью изучения дисциплины «Медиаанализ и медиапланирование» является формирование целостного представления о системе медиапланирования в маркетинге, о планировании во всех направлениях медиа как области знаний и сфере деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Математика
2.1.2	История рекламы и связей с общественностью
2.1.3	Основы журналистики
2.1.4	Компьютерные технологии и информатика
2.1.5	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.1.6	Работа с медиатекстами
2.1.7	Техника и технология рекламной фотографии
2.1.8	Техника и технология рекламного видео
2.1.9	Стилистика и литературное редактирование
2.1.10	Слоган и текст в рекламе
2.1.11	Логика
2.1.12	Брендинг в имиджевой политике организации
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Брендинг в имиджевой политике организации
2.2.2	Производственная практика: профессионально-творческая практика
2.2.3	Создание рекламы с использованием компьютерных технологий
2.2.4	Интернет-технологии в связях с общественностью
2.2.5	Интертекст и библиографическая культура
2.2.6	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.7	Производственная практика: преддипломная практика
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-4: Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	
ПК-6: Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	
Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)	

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.2	Уметь:
3.3	Владеть: