

Аннотация дисциплины Б.1.2.10 Дисциплина. Медиапланирование в рекламе и связях с общественностью

Дисциплина "Медиапланирование в рекламе и связях с общественностью" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Реклама и связи с общественностью в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях" направления подготовки "42.03.01 Реклама и связи с общественностью".

Дисциплина изучается в 8, 9 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 144/4 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме балльно-рейтинговый контроль, без контрольной акции.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций
2. ПК-4 Способен применять результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Принципы составления контент-матрицы
2. Рейтинг передачи и принципы формирования
3. Целевая аудитория
4. Основные показатели эффективности медиа
5. Факторы влияющие на успешность продвижения рекламного продукта
6. Цифровая аналитика медиа

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: дискуссионные, лекционные занятия, практические занятия.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, деловая игра, классическая лекция, мини-проекты.