

## 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 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.

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. Определение понятия медиапланирование
2. Цели и задачи составления медиа-плана
3. Понятие и принципы медиамониторинга
4. Принципы написания медибрифа.
5. Подходы к расчету бюджета рекламы и СО
6. Особенности медиа стратегии и медиатактики. Виды исследований в области.
7. Модели воздействия контента на потребителя
8. Реализация различных стратегий работы с клиентом (психологический аспект)

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.