

РАЗРАБОТКА МЕДИАПЛАНОВ

Б1.В.ДВ2.2

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Разработка медиапланов» являются формирование у будущих специалистов системы практических решений в области разработки медиапланов в рамках осуществления рекламной деятельности компании.

Основными обобщёнными задачами дисциплины являются:

- Практическое использование критериев выбора рекламоносителя.
- Изучение взаимосвязей показателей медиапланирования.
- Получение практических навыков медиапланирования: составление медиастратегии и медиаплана, оценка его эффективности.

2. Место дисциплины в структуре магистерской программы

Дисциплина «Разработка медиапланов» включена в вариативную часть дисциплин по выбору подготовке магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки «Стратегии эффективных коммуникаций».

В основу курса «Разработка медиапланов» положены теоретические и практические разработки российских и зарубежных исследователей в области составления медиастратегии, материалы отечественной и зарубежной периодической печати.

Последовательность изучаемых тем определена логикой формирования навыков ведения рекламной деятельности в современной бизнес-среде.

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины: «Современные концепции коммуникации», «Планирование и организация рекламной кампании», «Тенденции развития рекламы и связи с общественностью», «Медиаповедение и медиаполитика в информационном обществе». Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося, включают умение получать и анализировать полученную информацию, умение прослеживать взаимосвязи элементов системы и делать обоснованные выводы, умение планировать действия по достижению результата.

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения дисциплины «Разработка медиапланов» могут быть использованы студентами в процессе прохождения преддипломной практики.

Указанные связи дисциплины «Разработка медиапланов» дают системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с Государственным образовательным стандартом, что обеспечивает соответствующий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности выпускника.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Разработка медиапланов», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

В результате освоения дисциплины у магистрантов формируются и развиваются следующие компетенции:

ПК-6 – Способность организовать маркетинговые исследования на рынке, поставить задачи исследования, способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию новых идей в сфере коммуникаций, использованию современных информационно - коммуникационных технологий и специализированных программных продуктов;

ПК-3 - способность определять долгосрочные и краткосрочные приоритеты в выстраивании коммуникаций, находить правильный баланс между стратегическими и тактическими задачами коммуникации, формировать целесообразный интегрированный комплекс инструментов коммуникации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: долгосрочные и краткосрочные приоритеты в выстраивании коммуникаций, находить правильный баланс между стратегическими и тактическими задачами коммуникации, формировать целесообразный интегрированный комплекс инструментов коммуникации, принципы и технологии разработки медиапланов.

Уметь: анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты; применять на практике полученные знания.

Владеть: владеть основными навыками, необходимыми современным специалистам в области управления проектом на всех этапах его жизненного цикла.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 часов.