|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Медиапланирование в коммерческой сфере** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | [42.03.01](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70480868/420301) | Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль) | Реклама и связи с общественностью  в коммерческой сфере | |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года | |
| Форма(-ы) обучения | очная/заочная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Медиапланирование в коммерческой сфере» изучается в шестом семестре.
      2. Курсовая работа – предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации

* + - 1. экзамен

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

* + - 1. Целью освоения дисциплины «Медиапланирование в коммерческой сфере» является изучение технологии медиапланирования, а также формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов.
      2. Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора**  **достижения компетенции** |
| --- | --- |
| ПК-1  Способен планировать и проводить маркетинговые исследования, интерпретировать их результаты, разрабатывать практически значимые рекомендации, использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний, реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта | ИД-ПК-1.1  Организация и проведение маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта |
| ИД-ПК-1.2  Применение современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий для обработки и интерпретации результатов маркетинговых исследований |
| ПК-3  Способен разрабатывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере | ИД-ПК-3.1  Обоснование коммуникационных целей, миссии и стратегии для разработки концепции продвижения продукта/услуги |
| ИД-ПК-3.3  Разработка плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию |
| ПК-5  Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ИД-ПК-5.1  Создание текстов рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта |
| ИД-ПК-5.2  Создание информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения – | 4 | **з.е.** | 144 | **час.** |
| по заочной форме обучения – | 4 | **з.е.** | 144 | **час.** |