

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 15:36:04
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Прикладные исследования в медиасреде»

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки/Специальность	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)/Специализация	Рекламные технологии в медиаиндустрии
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года

Форма(-ы) обучения очная

Учебная дисциплина «Прикладные исследования в медиасреде» изучается в *седьмом семестре*.

Курсовая работа/Курсовой проект –не предусмотрен (а)

Форма промежуточной аттестации - экзамен

1.1. Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Прикладные исследования в медиасреде» *относится к части, формируемой участниками образовательных отношений*

Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью/целями изучения дисциплины «Прикладные исследования в медиасреде» являются:

- формирование навыков научного исследования различных аспектов функционирования отечественных и зарубежных СМИ
- знакомство с методологией и методикой научных и прикладных исследований в области масс-медиа
- формирование навыков обработки массивов социологических и медиаданных в соответствии с поставленной задачей, оценки интерпретация полученных результатов с обоснованием выводов
- формирование навыков работы с различными инструментами, используемыми для исследования средств массовой информации, их аудитории, медийного рынка
- формирование навыков самостоятельной подготовки медиаисследований «полного цикла»
- формирование компетенций обучающихся в области разработки медиапроектов посредством анализа и использования результатов социологических и медиаметрических исследований и их интерпретации

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 (модуля).

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-4 Способен использовать результаты маркетинговых исследований при планировании рекламных и (или) PR-кампаний для создания коммуникационного продукта с применением современных маркетинговых технологий	ИД-ПК-4.1 Использование современных маркетинговых технологий и результатов исследований при планировании и реализации коммуникационных кампаний
	ИД-ПК-4.2 Подготовка основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	ИД-ПК-4.3 Проектирование технического задания для стратегического планирования рекламных и PR-кампаний и осуществление мониторинга обратной связи с целевыми группами

Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	128	час.
---------------------------	---	------	-----	------