

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах»

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Медиарилейшнз и медиапланирование»

Дисциплина обязательной части

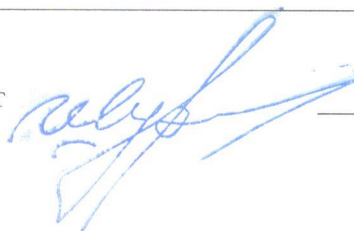
форма обучения - заочная

Составитель аннотации – Марочкина Светлана Станиславовна, к.экон.н., доцент, доцент кафедры общей психологии и социальных коммуникаций

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	6 ЗЕТ, 216 час.
Цель изучения дисциплины	Обучение основам медиарилейшнз и медиапланирования, представление студентам современных теоретических и практических знаний по управлению коммуникационными процессами, разработке медиастратегии и медиатактики
Содержание дисциплины	Тема 1. Структура и содержание медиарилейшнз. Базовые понятия медиарилейшнз. Тема 2. Типология СМИ как практическая задача медиарилейшнз Тема 3. Формальные и неформальные принципы работы со СМИ. Тема 4. Новостное производство и смысловое позиционирование информационных материалов. MR-тексты. Тема 5. Специальные события для СМИ и других целевых групп, способных дать медийный резонанс. Тема 6. Практика медиаисследований в России. Тема 8. Особенности выбора средств распространения рекламы Тема 9. Основные показатели медиапланирования Тема 10. Основа разработки медиаплана Тема 11. Разработка медиастратегии Тема 12. Тактическая часть медиапланирования
Формируемые компетенции (коды)	ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ОПК-5.2. Осуществляет сври профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности,

	типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Медиаменеджмент Основы интегрированных коммуникаций
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.
Формы текущего контроля успеваемости	Устный опрос, доклады, практические задания
Форма промежуточной аттестации	Зачет, экзамен

Зав.кафедрой ОПиСК, к.п.с.н., доцент



И.Б. Шуванов