

# Б1.В.ДВ.04.01 Медиапланирование

Объем дисциплины (модуля) 4 ЗЕТ (144 час)

## ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов и оценки их эффективности.  
Задачи изучения дисциплины: формирование у обучающихся ключевых понятий теории медиапланирования и знаний основных параметров медиапланирования; умений составлять медиапланы; навыков применения исследовательского инструментария, используемого в процессе медиапланирования.

## ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

**УК-4:** Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

**УК-4.2:** Владеет профессиональной лексикой и базовой грамматикой для обеспечения профессионального взаимодействия в устной и письменной формах

**ПК-2.2:** Способен обрабатывать, анализировать и интерпретировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций

**ПК-2.2.4:** Знает методологию и принципы больших данных, классификацию видов данных и их характеристики, методологию обследования процессов больших данных, базовые алгоритмы обработки больших данных

**ПК-2.2.3:** Выбирает и обосновывает способы публичного представления результатов исследования, в том числе экспертных заключений и рекомендаций

**ПК-2.3:** Способен разработать стратегию продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и управлять стратегией интернет-продвижения

**ПК-2.3.3:** Разрабатывает предложения по корректировке стратегии продвижения на основе анализа ее эффективности

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

**Знать:** основные понятия, термины и категории медиапланирования и его роль в рекламной кампании, этапы и инструменты медиапланирования

**Уметь:** составлять медиапланы и проводить оценку их эффективности; анализировать маркетинговую ситуацию для разработки рекламных кампаний, разрабатывать стратегию продвижения, осуществлять подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», разрабатывать предложения по корректировке стратегии продвижения

**Владеть:** навыками работы с данными измерения аудитории и другими информационными источниками медиапланирования; приемами и принципами составления медиапланов, методиками оценки их эффективности.

## СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Теоретические основы медиапланирования

Раздел 2. Технология медиапланирования

Раздел 3. Анализ маркетинговой ситуации компании

Раздел 4. Разработка стратегии продвижения

Раздел 5. Согласование рекламной кампании