

**Аннотация  
рабочей программы дисциплины «Основы медиапланирования»**

<b>Дисциплина (Модуль)</b>	Б1.В.ДВ.10 Основы медиапланирования				
<b>Содержание</b>	<p><b>Раздел 1.</b> Основные понятия медиаисследований: генеральная совокупность, выборка, репрезентативность.</p> <p><b>Раздел 2.</b> Доверительный интервал и доверительная вероятность.</p> <p><b>Раздел 3.</b> Определение ошибки измерения рейтингов.</p> <p><b>Раздел 4.</b> Минимально значимый рейтинг.</p> <p><b>Раздел 6.</b> Объем репрезентативной выборки.</p> <p><b>Раздел 7.</b> Методики медиапланирования и данные медиаисследований.</p> <p><b>Раздел 8.</b> Основные понятия и этапы медиапланирования.</p>				
<b>Реализуемые компетенции</b>	ОК-1, ОК-2, ОК-6, ПК-8,				
<b>Результаты освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><b>Знать:</b> специфику функционирования различных средств массовой коммуникации; организации, занимающиеся медиаанализом и медиапланированием; коммуникационную деятельность бизнес-структуры; методики медиапланирования.</p> <p><b>Уметь:</b> произвести корректный отбор эффективных медианосителей рекламы; организовать, провести рыночное наблюдение, опрос, анкетирование для целей медиапланирования деятельности своей организации.</p> <p><b>Владеть:</b> базовыми навыками медиаанализа и медиапланирования; навыками подготовки проектной документации (медиабриф).</p>				
<b>Трудоемкость, з.е.</b>	2 з.е.				
<b>Объем занятий, часов</b>	<b>72</b>	<b>Лекций</b>	<b>Практических (семинарских занятий)</b>	<b>Лабораторных занятий</b>	<b>Самостоятельная работа</b>
	<b>Всего</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>-</b>	<b>21</b>
	<b>В том числе в интерактивной форме</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Форма самостоятельной работы</b>	Самостоятельная подготовка к темам практических занятий.				

<b>студентов</b>	
<b>Формы отчетности (в т.ч. по семестрам )</b>	Зачет в 4 семестре, курсовой проект в 4 семестре.

Зав.кафедрой психологии

Декан ФТДиСЭ



Ж.А. Сулаева

М.Г. Магомедова