

Аннотация дисциплины

| | | | | | | | |
|------------------------------------|---|---------------------------|-------------|-------------|--------|-----------------------------|---------------------|
| Наименование дисциплины | Медиапланирование | | | | | | |
| Формируемые компетенции | ПК-1, ПК-2 | | | | | | |
| Задачи дисциплины | <p>- освоение ключевых понятий теории медиапланирования, основных параметров медиапланирования, этапов процесса планирования рекламных и PR - кампаний;</p> <p>- формирование навыков владения исследовательским инструментарием медиапланирования и технологиями выбора рекламных носителей;</p> <p>- формирование навыков составления медиаплана рекламных и PR-кампаний.</p> | | | | | | |
| Основные разделы / темы дисциплины | <ol style="list-style-type: none"> 1. Основы медиапланирования 2. Количественные показатели медиапланирования 3. Разработка и оптимизация медиаплана 4. Планирование интернет-продвижения | | | | | | |
| Форма промежуточной аттестации | Экзамен | | | | | | |
| Общая трудоемкость дисциплины | 5 з.е., 180 акад. час. | | | | | | |
| | Семестр | Аудиторная нагрузка, час. | | | СРС, ч | Промежуточная аттестация, ч | Всего за семестр, ч |
| | | Лекции | Пр. занятия | Лаб. работы | | | |
| 5 | 24 | 24 | | 96 | 35 | 180 | |