

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Основы медиапланирования»**

Направление подготовки:	<u>42.03.01 – Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль:	<u>Реклама и связи с общественностью в отрасли</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

## 1. Цели освоения учебной дисциплины

Цель изучения дисциплины курс "Основы медиапланирования" является одним из основных для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью». Целью является подготовка бакалавров по направлению реклама и связи с общественностью, владеющих основными знаниями и навыками по разработке и использованию рекламы и средств PR в различных областях деятельности, по планированию и проведению рекламных и PR кампаний, созданию рекламно-информационных материалов.

Успешное освоение курса предполагает изучение и закрепление теоретических основ рекламной и PR деятельности, а также получение навыков по разработке рекламной стратегии, рекламно-информационных материалов, организации проведения рекламной и PR кампаний, освоение правовых вопросов коммуникационной деятельности.

## 2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Основы медиапланирования" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКС-1	Способен разрабатывать программы мероприятий рекламы и связей с общественностью для решения проблем, целевых задач и успешного экономического развития организации и отрасли
-------	--

## 4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

4 зачетные единицы (144 ак. ч.).

## 5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины осуществляется в форме лекционных и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельности являются классическо-лекционными (объяснительно-иллюстративными). Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Практический курс выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное решение задач), с использованием интерактивных (диалоговые) технологий, в том числе разбор и анализ конкретных ситуаций, электронный практикум (компьютерное моделирование и практический анализ результатов); технологий, основанных на коллективных способах обучения, а также с использованием компьютерной тестирующей системы. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы относятся отработка учебного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к промежуточным контролям, выполнение заданий курсовой работы. К интерактивным (диалоговым) технологиям относятся отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточным контролям в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным разделам и технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на разделы, представляющих собой логически

завершенный объём учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение практических и ситуационных задач, выполнение заданий курсовой работы) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях..

## **6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)**

### **РАЗДЕЛ 1**

Понятие коммуникации. Коммуникация и информация.

Тема: Типология коммуникации. Массовая коммуникация. Средства массовой коммуникации. Типология СМК. СМИ как периодические СМК.

Тема: Базовые теоретические модели массовой коммуникации. Модель Шеннона-Уивера. Модель Г.Лассуэлла. Модель П.Лазарсфельда. Модель взаимной обусловленности и модель коммуникации как системы отношений У.Шрамма. Модель Дж.Гербнера. Модель Б.Уэстли и М.Маклина. Модель Г. Малецке.

Тема: Модели убеждения в процессе массовой коммуникации. Теория индивидуальных различий

### **РАЗДЕЛ 2**

Психодинамическая модель.

Тема: Обратная связь в массовой коммуникации. Модель «полезности и удовлетворения потребностей» И. Каца, Дж. Бламлера и М. Гуревича. Микросоциальные функции массовой коммуникации. Связь потребностей медиааудитории, микросоциальных функций массовой коммуникации и жанров СМИ.  
Тестирование, опрос

Тема: Теория идентификации. Трёхфакторная модель восприятия Ч. Осгуда. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.

Тема: Понятие массово-коммуникационного эффекта. Примеры известных эффектов (эффект «Войны миров», эффекты насыщения, реактенса, бумеранга и др.). Теория диффузии инноваций. Теория «повестки дня». Теория массово-коммуникационных эффектов Д. Маккуэйла. Предсказуемые и непредсказуемые эффекты. Краткосрочные и долгосрочные эффекты.  
Тестирование, опрос

Тема: Элементы теории медиааудитории. Методы измерения аудитории СМИ. Опросные методы. Показатели аудитории СМИ, используемые в практике медиапланирования

Экзамен