

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ БЗ.В.ДВ.5.1 «Медиаметрический анализ»

Дисциплина «**Медиаметрический анализ**» является дисциплиной по выбору вариативной части профессионального цикла дисциплин (БЗ.В.ДВ.5.1) подготовки бакалавров по направлению **031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**.

Дисциплина реализуется на Факультете гуманитарного образования Самарского Государственного технического университета кафедрами психологии и педагогики.

Цели и задачи освоения дисциплины.

Целью освоения дисциплины «Медиаметрический анализ» является формирование профессиональных компетенций, необходимых для реализации аналитической, научно-исследовательской, организационно-управленческой, педагогической, проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности.

Основной задачей курса является: усвоение и продуктивное использование знания системы базовых понятий и представлений о медиаметрическом анализе, основных целей и параметров медиаисследований; изучение концептуальных подходов к проведению медиаисследований; освоение методов сбора и анализа информации при проведении медиаисследований; овладение навыками проведения медиаисследования.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций выпускника:

- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- способность под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);
- обладание базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);
- обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- способность организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30);
- способность организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31);
- способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33).

Содержание дисциплины направлено на изучение: понятийного аппарата дисциплины; технологий и методов сбора и анализа данных при медиаисследовании; правил составления отчета о проведении медиаисследования; областей применения результатов медиаметрического анализа в деятельности организации.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, лабораторные занятия, самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, рубежный контроль в форме аттестации по результатам текущего контроля знаний студентов и промежуточный контроль в форме зачета в конце семестра.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 16 ч, лабораторные занятия 32 ч и 60 ч самостоятельной работы студента.