АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.8.1 Профессиональные информационные технологии (Галилео)

Автор: доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, канд. техн. наук, доцент В.Н. Ясонов

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области использования современных информационных технологий в профессиональной деятельности.

План курса:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Проект TNS Gallup Media «TV Index»	Проект TNS Gallup Media по измерению телевизионной аудитории «TV Index». География и участники исследования в проекте TNS Gallup Media по измерению телевизионной аудитории «TV Index». Методы измерения. Проекты National Readership Survey (NRS) и Marketing Index (M Index).
Тема 2	Статистики и атрибуты программы Galileo	Основные статистические показатели и атрибуты программы Galileo: Аудитория (Audience) Рейтинг (TVR) Доля (Share) Охват (Reach) Длительность (Duration) Количество (Quantity) Стоимость (Cost) Создание целевой группы. Атрибуты телепередач и рекламных блоков.
Тема 3	Инструменты программы Galileo: Кросс-таблица и Выбор медиа	Общие характеристики, назначение, структура и состав инструментов программы Galileo Кросс-таблица и Выбор медиа, их формирование. Средние показатели телеканалов за определенный период. Демографический профиль телеканала.
Тема 4	Инструменты программы Galileo: План и Оптимизатор	Общие характеристики, назначение, структура и состав инструментов программы Galileo План и Оптимизатор. Мониторинг проведенной рекламной кампании и анализ ее эффективности. Анализ деятельности рекламодателей-конкурентов. Анализ отдельных выходов программ.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.8.1 Профессиональные информационные технологии (Галилео) используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

При проведении занятий лекционного типа: лекция-презентация;

при проведении занятий семинарского типа: устный опрос,

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: вопросы для самопроверки.

Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов: в письменной форме

Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование /Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2015. – 315 с.
2. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: Учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 495 с.