

**.Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Медиаисследование и медиапланирование»**

Направление подготовки: 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*

Направленность (профиль): *Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины: *Формирование у студентов навыков и умений в области математического планирования рекламной и pr-активностей.*

Объем дисциплины: 11 зачетных единиц – 396 часов

Семестр: 5,6

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

№ п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Методологические основы медиапланирования	История развития медиапланирования. Принципы математического моделирования рекламной кампании. Количественные методы в медиапланировании. Научный метод в рекламе. Законодательное регулирование в сфере рекламы Экономико-математическая теория медиапланирования. Методика измерений параметров теории. Инструмент практического медиапланирования. Понятие оптимизации медиаплана. Понятие и место математического моделирования в общей системе маркетинга и маркетинговых коммуникаций.. Принципы математического моделирования рекламных кампаний. Влияние составляющих комплекса маркетинга на процесс медиапланирования. Связь типа рекламы с этапами жизненного цикла товара
2	Исследование рыночного окружения и медиаисследования	Сегментация рынка. Анализ потребителя в математическом моделировании. Анализ активности конкурентов на рекламном рынке. Определение стратегии продвижения относительно стратегии конкурентов . Медиаисследования в математическом моделировании рекламных кампаний. Виды медиаисследований. Выборка в медиаисследованиях. Методы сбора информации в медиаисследованиях. Проведение опросных медиаисследований: анкетирование, методика day after recall, дневниковые панели, опрос, наблюдение. Измерение телеаудитории. Исследование аудитории газет. Измерение аудитории радио. Методики исследования аудитории Интернета.
3	Методы вычисления параметров коммуникативной эффективности рекламы	Показатели эффективности медианосителя. Показатели эффективности медиаплана. Показатели охвата и частоты. Понятие аудитории, рейтинга, доли, охвата, индекса Аффинити. Расчет GRP, TRP, OTS. Расчет стоимости рекламной кампании; цена за тысячу обращений, цена за пункт рейтинга.
4	Стратегический и тактический этапы планирования рекламных кампаний	Медиабриф рекламной кампании. Цели рекламной кампании в части медиапланирования. Постановка медиазадач рекламной кампании. Выбор медиастратегии. Распределение рекламного давления. Выбор конкретных видов рекламных носителей. Комбинирование медиа. Медиаплан: понятие, структура. Закупка рекламных площадей, времени. Анализ результатов. Ответность о проведении рекламной кампании.

Форма промежуточной аттестации: экзамен, курсовой проект