

## МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

Основной целью дисциплины «Медиапланирование» является формирование навыков в области медийного размещения рекламных материалов и проведения эффективных рекламных кампаний, а также понимания места медиапланирования в системе рекламных коммуникаций, знакомства с основным продуктом интеллектуальной деятельности медиапланера – медиастратегией и принципами ее формирования.

Курс также направлен на ознакомление с методами сбора, обработки и чтения статистической информации на рынке медиаканалов – телевидения, радио, печатных СМИ, наружной рекламы и сети Интернет.

Цель курса – формирование стратегического мышления в сфере медиапланирования, практика навыков создания медиастратегий, обоснования медиапланов, оптимизации бюджета, понимание специфики работы с представителями рынка медиакоммуникаций.

Задачи курса:

- знакомство студентов с основным циклом рекламных медиакоммуникаций и его структурными элементами;
- информирование об этапах медиапланирования, основных мероприятиях, необходимых для его осуществления;
- обзор медиарынка Санкт-Петербурга: основные дома продаж, специализированные медиаагентства, критерии качественной и квалифицированной работы;
- изучение медиаканалов и навыки управления ими (понимание плюсов и минусов, задач каждого медиаканала, форматов размещения, особенностей баинга)
- определение аудиторных показателей СМИ для выбора медианосителей под определенную целевую аудиторию;
- информирование об основных исследовательских проектах, необходимых для медиапланирования;
- понимание основных принципов медиазакупок (медиабаинга) на каждом медиаканале, их влияние на медиапланирование
- формирование навыков расчета медиаметрических показателей, необходимых для составления медиаплана.
- знакомство с post-campaign анализом, расчетами медиаэффективности и выработкой критериев эффективной/неэффективной рекламной кампании.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.