|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Аннотация** | | |  |
| **Рабочей программы дисциплины** | | |  |
|  |  |  |  |
| Дисциплина | | Медиапланирование | |
| Направление подготовки | | 38.03.02 Менеджмент | |
| Профиль | | Интернет-маркетинг | |
| Объем дисциплины | | 3 з.е | |
| Формы промежуточной аттестации | | Экзамен Курсовая работа | |
| Кафедра маркетинга и международного менеджмента | | | |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины** | | | |
| Тема | Наименование темы | | |
| Тема 1. | Составление стратегии продвижения | | |
| Тема 2. | Подбор каналов продвижения | | |
| Тема 3. | Согласование с заказчиком бюджета рекламной кампании в Интернет | | |
| Тема 4. | Согласование с заказчиком критериев оценки эффективности продвижения в Интернет | | |
|  |  |  |  |
| **Список** **литературы** | | | |
|  |  |  |  |
| **Основная литература:** | | | |
| 1. Мельникова Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний:производственно-практическое издание. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 179 с. | | | |
| 2. Попова О. И. Медиапланирование [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: Издательство УрГЭУ, 2019. - 159 с. – Режим доступа: http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/19/p492257.pdf | | | |
| 3. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг. [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 322 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1093531 | | | |
| **Дополнительная литература:** | | | |
| 1. Бузин В. Н., Бузина Т. С. Медиапланирование. Теория и практика:учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика". - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с. | | | |
| 2. Синяева И.М., Маслова В.М. Маркетинг PR и рекламы [Электронный ресурс]:Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг". - Москва: Издательство "ЮНИТИ- ДАНА", 2015. - 495 с. – Режим доступа: https://new.znanium.com/catalog/product/872836 | | | |
|  |  |  |  |
| **Перечень** **информационных** **технологий,** **включая** **перечень** **лицензионного** **программного** **обеспечения** **и** **информационных** **справочных** **систем,** **онлайн** **курсов,** **используемых** **при** **осуществлении** **образовательного** **процесса** **по** **дисциплине** | | | |
| **Перечень лицензионного программного обеспечения:** | | | |
|  |  |  |  |
| Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока. | | | |

|  |
| --- |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока. |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023. |
| Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023. |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021 |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока |
| 1. АКАР РОССИЯ Режим доступа http://www.akarussia.ru/ |
| Аналитический центр «Видео Интернешнл». URL: http:// www.acvi.ru |
| Интернет-каталог «МедиаПилотOnline». URL: http://www. mpilot.ru |
| Информационный портал «Екатеринбург 24». URL: http:// eb24.ru. |
| Каталог объектов наружной рекламы в Екатеринбурге. URL: http://uraloutdoor.ru. |
| НАТ (Национальная ассоциация телевещателей). URL: http:// www.nat.ru |
| Общероссийская система подачи рекламы в региональные СМИ «Реклама-ОНЛАЙН». URL: http://www.reklama-online.ru |
| Рекламные щиты и билборды в России. URL: http:// mediacatalog.ru |
| Технология продажи ТВ-рекламы по GRP. URL: http:// www.GRP.ru. |
| Экспертное агентство MEDIAPLAN.RU. URL: http://www. mediaplan.ru. |
| 11 сервисов для анализа конкурентов в контекстной рекламе. URL: https://netology.ru/blog/11-services-context-adv. |
| Mediascope в России — комплексная медиа- и маркетинговая информация. URL: http://mediascope.net |
| Аннотацию подготовил: Попова О. И. |

**Перечень тем для курсовых работ по дисциплине «Медиапланирование»**

1. Рекламная кампания как технология привлечения клиентов.
2. Рекламная кампания как технология формирования имиджа организации.
3. Рекламная кампания как технология повышения уровня информированности.
4. Разработка и реализация стратегии и тактики предвыборных кампаний.
5. Продвижение бренда компании технологиями рекламы и PR.
6. Специальные мероприятия как инструмент формирования положительного имиджа организации.
7. Специальные мероприятия как инструмент продвижения организации
8. Формирование бизнес-имиджа территории инструментами PR и рекламы.
9. Веб-сайт как инструмент продвижения организации.
10. Реклама как инструмент продвижения выставки (организации и т.д.).
11. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций.
12. PR-технологии в формировании имиджа организации (повышении лояльности, привлечении клиентов, повышении уровня информированности и т.д.).
13. Выставка как PR-технология формирования имиджа организации.
14. Разработка рекламной кампании для сети Интернет.
15. Продвижение организации в системе социальных сетях.
16. Медиамикс как основа эффективного планирования масштабной рекламной кампании.
17. Разработка медиастратегии продвижения организации.
18. Организация маркетинговых коммуникаций в сети интернет.
19. Сравнительная характеристика специфики размещения рекламных материалов на телеканалах.
20. Специфика составления медиаплана для спортивного клуба.
21. Выбор средств распространения рекламы.
22. Особенности медиапланирования сферы банковских услуг.
23. Особенности медиапланирования на телевидении.
24. Изучение рекламных возможностей радиостанции.
25. Разработка медиаплана рекламного видеоролика для оператора сотовой связи.
26. Возможность эффективного охвата выбранной целевой аудитории с мощью телеканала.
27. Выбор оптимальных средств массовой информации для эффективного информирования об открытии караоке-бара.
28. Медиаплан продвижения на рынок продукции фирмы.