

## СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям, изучение дополнительных разделов дисциплины, подготовку к экзамену. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных рефератов, индивидуальных упражнений.

### **СР включает следующие виды работ:**

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки практической работы по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к зачету.

## ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ЗАНЯТИЙ

### **Тема 1. Введение в медиапланирование.**

1. Массовая коммуникация и ее роль в современном мире.
2. Информация как главная составляющая коммуникации. Виды информации.
3. Средства массовой коммуникации и их характеристика.
4. Медиапланирование в современной рекламной деятельности.
5. Основные цели и задачи медиапланирования.

*Термины:* медиапланирование, медиаплан, рекламная деятельность, аудитория кампании, рекламное воздействие, интенсивность рекламы, бюджет.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Закрепить теоретические знания, полученные на лекциях.

*Литература:* [1; 2; 4]

### **Тема 2. Основные этапы медиапланирования.**

1. Понятие медиаплана в современной рекламной деятельности, основные цели и задачи.
2. Качественные и количественные характеристики медиаплана.

3. Стратегии планирования.
4. Стратегическое и тактическое медиапланирование.

*Термины:* товар, целевая аудитория, сегментирование.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Разобрать кейс-метод (разбор конкретных ситуаций).

*Литература:* [\[1\]](#)

### **Тема 3. Медиапланирование и рекламные носители.**

1. Основные проблемы медиапланирования.
2. Медиаканалы и медианоситель. Принципы отбора медианосителей.
3. Характеристики и особенности основных каналов размещения.
4. Средства наружной рекламы, специфика рекламы на транспорте.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Подготовка реферата или разработка индивидуальных творческих заданий.

*Литература:* [\[1\]](#)

### **Тема 4. Эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании.**

1. Цели и задачи рекламной кампании (коммуникационные, экономические).
2. Бюджет рекламной кампании.
3. Исследование целевой аудитории рекламной кампании.
4. Стратегия и тактика рекламной кампании.

*Термины:* метод Пекхэма, метод Шроера, остаточный принцип, процент от оборота или прибыли, метод конкурентного паритета.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Разработка плана проведения рекламной кампании.
3. Обсудить специфику принципа расчета бюджета рекламной кампании «процент от оборота или прибыли»

*Литература:* [\[1\]](#); [\[2\]](#); [\[4\]](#)

### **Тема 5. Медиаплан. Основные количественные характеристики.**

1. Медиаплан: понятие, принципы.
2. Основные этапы разработки, расчет показателей и их применение в рекламной практике.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Разработка медиаплана используя только наружные рекламные носители и оценка его эффективности.

*Литература:* [[1](#); [2](#); [4](#)]

### **Тема 6. Использование инновационных технологий в рекламе. Новые тенденции в медиапланировании.**

1. Креатив в медиа. Нестандартные подходы.
2. Новые тенденции.
3. Программное обеспечение медиапланирования.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Реферат.

*Литература:* [[1](#); [2](#); [4](#)]