

Назва дисципліни		МЕДІАПЛАНУВАННЯ			
Рівень вищої освіти		Другий (магістерський) рівень			
Назва спеціальності		Маркетинг			
Назва спеціалізації					
Форма навчання		денна			
Кафедра, що забезпечує		Маркетинг			
курс	1	семестр	10	Викладач	Окландер Т.О.
А	Мета і задачі дисципліни				
	<p>Формування сучасного наукового світогляду та системи спеціальних знань у сфері медіапланування, вироблення вмінь та навичок в області організації рекламних кампаній, ефективного планування рекламної діяльності та використання коштів на маркетингову діяльність.</p> <p>Основними завданнями вивчення дисципліни «Медіапланування» є::</p> <ul style="list-style-type: none"> - надати розуміння та теоретичні знання з рекламного менеджменту, допомогти у оволодінні практичними вміннями і навичками ефективного управління рекламною діяльністю підприємства; - вивчення основних категорій медіапланування; - визначення ролі рекламної діяльності у системі маркетингової взаємодії зі споживачами та в управлінні підприємствами; - пояснення мети та організаційного механізму медіапланування; - виявлення стратегічної значимості ефективного рекламного впливу на споживачів розвитку економічних систем; - вивчення принципів клієнторієнтованого мислення, пошуку й прийняття рішень; - пояснення значення: систем управлінської інформації, навичок ефективних комунікацій, самопрезентації, аргументації та захисту рішень. 				
В	Тематика дисципліни				
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття медіапланування і його складові 2. Бюджет рекламної кампанії 3. Стратегії рекламної кампанії 4. Сегментування цільових ринків 5. Технології вибору цільових сегментів ринку 6. Структура ЗМІ, що використовуються в рекламній кампанії 7. Планування рекламної діяльності 8. Рекламне дослідження ринку 9. Он-лайн видання в медіаплануванні 10. Формування ціни на ринку рекламних послуг 11. Оцінка ефективності рекламної кампанії 				
С	Стиль та методика навчання				
Організаційно-методичні форми вивчення	Лекційні заняття, практичні заняття.				
Форми контролю	Модульні контрольні роботи, індивідуальні завдання, усний екзамен				
Д	Компетентності				
	ЗК4. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань.				

	СК10. Здатність управляти проектами в сфері маркетингової діяльності.
Е	Основні результати навчання
	<p>РН1. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>РН6. Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів.</p> <p>РН10. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій.</p> <p>РН11. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p>