

Розширений план лекцій

З ДИСЦИПЛІНИ «МЕДІАПЛАНУВАННЯ»

Лекційних годин – 30

Викладач – Окландер Т.О.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

Тема 1. Поняття медіапланування і його складові

Лекція 1. Сутність медіапланування

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

Тема 2. Бюджет рекламної кампанії

Лекція 2. Витрати в рекламі

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3

Тема 3 Стратегії рекламної кампанії

Лекція 3. Стратегії в рекламі

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4

Тема 4. Сегментування цільових ринків

Лекція 4. Стратегії сегментування

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5

Тема 5. Технології вибору цільових сегментів ринку

Лекція 5. Масовий, товарно-диференційований, цільовий маркетингу

Лекція 6. Вибір цільових сегментів ринку

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6

Тема 6. Структура ЗМІ, що використовуються в рекламній кампанії

Лекція 7. Організація рекламної діяльності зі ЗМІ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 7

Тема 7. Планування рекламної діяльності

Лекція 8 Планування рекламної кампанії

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 8

Тема 8. Рекламне дослідження ринку

Лекція 9. Дослідження результатів і процесів впливу реклами в залежності від психографіки

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 9

Тема 9. Он-лайнні видання в медіаплануванні

Лекція 10. ЗМІ в Інтернет

Лекція 11. Маркетингові комунікації в Інтернет

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 10

Тема 10. Формування ціни на ринку рекламних послуг

Лекція 12. Збір інформації для прийняття рішень та технологія прийняття рішень про формування ціни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 11

Тема 11. Оцінка ефективності рекламної кампанії

Лекція 13. Дослідження результатів і процесів впливу реклами в залежності від психографіки

Лекція 14. Економічна ефективність результатів рекламної кампанії

Лекція 15. Ефективність інформаційних результатів рекламної кампанії