**Медіапланування**

Мета навчальної дисципліни — засвоєння студентами принципів прийняття рішень по роботі із засобами масової інформації, опанування розробки комунікаційної стратегії та формування навички складання медіаплану залежно від задач.

Щоб приступити до вивчення дисципліни, здобувач має орієнтуватися у видах медіа та принципах їх роботи, мати чітке уявлення про бізнес-процеси, рекламну діяльність.

Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Для чого планування

Тема 2. Підходи до медіа. Медіапланування як елемент комунікаційної стратегії

Тема 3. Визначення поточного положення. Аналіз трендів

Тема 4. Визначення поточного положення. Аналіз конкурентів

Тема 5. Визначення поточного положення. Аналіз споживачів

Тема 6. Визначення процедур контролю та оцінки ефективності медіапланування

Тема 7. Постановка цілей і завдань, які мають бути вирішені

Тема 8. Бюджетування

Тема 9. Цілепокладання: бізнесові, маркетингові, комунікаційні, медіацілі

Тема 10. Розробка медіастратегії для досягнення цілей. Визначення каналів комунікації

Тема 11. Визначення періоду, частоти та інтенсивності рекламної кампанії

Тема 12. Визначення географії та охоплення рекламної кампанії. Формування стратегії

Тема 13. Тактичне медіапланування. Вибір конкретних носіїв для рекламного повідомлення

Тема 14. Визначення формату розміщення. Оптимізація розміщення

Тема 15. Складання графіка виходу реклами (медіаплану)

Тема 16. Визначення процедур контролю та оцінки ефективності медіапланування