

**Назва.** Медіапланування

**Тип.** Базова.

**Рік навчання.** 2019–2020.

**Семестр.** 7.

**Кількість кредитів ЄКТС.** 6.

**ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Старкова Ганна Володимирівна, канд. культурології, доцент

**Результати навчання.**

- розуміння процесу медіапланування, враховуючи втілення медіаплану;
- уміння на практиці використати знання з поточної дисципліни та дотичних під час медіапланування;
- уміння створити аргументований та ефективний медіаплан для компанії/бренду, з урахуванням специфіки, тривалості, цільової аудиторії тощо;
- уміння презентувати медіаплан перед зацікавленою аудиторією.

**Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** “Вступ до фаху з журналістики”; “Масова комунікація та інформація”, “Історія розвитку медіа та реклами і зв'язків з громадськістю”, “Теорія та практика медійного дискурсу”, “Практична стилістика та копірайтинг”, “Журналістська етика” рівня бакалавріата.

**Зміст.**

Медіапланування: що, де, коли. Визначення поточного положення. Постановка цілей і завдань, які мають бути вирішені. Розробка медіастратегії для досягнення цілей. Тактичне медіапланування. Визначення процедур контролю та оцінки ефективності медіапланування.

**Рекомендовані джерела.**

1. Актуальні питання досліджень телевізійної аудиторії України [Текст] / О. О. Балюн // Поліграфія і видавн. справа = Printing and publishing : наук. вид. — 2017. — N 1. — С. 145–153.
2. Батра Р. Рекламный менеджмент Пер. с англ. — 5-изд. / Р.Батра, Дж.Майерс, Д. Аакер.- Пер. с англ. – 5-изд. – М.; СПб.; К.: Вильямс, 2004. — 784 с.

3. Галанин С.Ф. Медиапланирование: учебно-методическое пособие / С.Ф. Галанин. — Казань: Изд-во КНИТУ-КАИ, 2017. — 88 с.
4. Закон України «Про рекламу» (Із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 39, ст. 181. — Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=270%2F96-%E2%F0>
5. Ковшова І. О. Медіа-планування рекламної кампанії на підприємстві / І. О. Ковшова, І. А. Гриджук [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. — 2010. — № 11. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=384>
6. Кочеткова А.В. Медиапланирование [Електронний ресурс]. — М.: РИП-холдинг, 2003. — Режим доступу: <http://evartist.narod.ru/text10/15.htm>
7. Медіапланування. Конспект лекцій з дисципліни «Медіапланування» / Упор.: к.е.н., доц. Усик С.П. [Електронний ресурс]. — К.: КНУТД, 2013. — Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5010485/>
8. Николаева М. А. Практикум по медиапланированию [Електронний ресурс]: учебное пособие / М. А. Николаева; Урал.гос. пед. ун-т. — Электрон.дан. — Екатеринбург, 2017. — Режим доступу: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/6422/1/uch00183.pdf>
9. Овсій К. О. Методи оцінки ефективності реклами та оптимізації медіапланування / К. О. Овсій // Управління розвитком. — 2013. — № 12. — С. 32–35.
10. Радкевич Л. А. Медіапланування в системі рекламного менеджменту: аналіз етимологічних конструкцій / Л. А. Радкевич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. — 2016. — Вип. 6(1). — С. 126–131.
11. Радкевич Л. А. Систематизація цілей та задач медіапланування в рекламному менеджменті / Л. А. Радкевич // Причорноморські економічні студії. — 2016. — Вип. 12(2). — С. 26–32.
12. Ступницький О.І. Координація рекламної стратегії зі стратегіями інших елементів комплексів комунікації та маркетингу (практика оптимізації формування рекламного бюджету) [Електронний ресурс] / О. І. Ступницький // Теоретичні та прикладні питання економіки. — 2009. — №20. — Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/tppe/2009\\_20/Zb20\\_07.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/tppe/2009_20/Zb20_07.pdf)
13. Франк Н. Просто сделай это! Величайшие рекламные кампании XX века / Н. Франк. — М.: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2007. — 185 с.

14. Фурман В. М. Особливості формування маркетингової стратегії фінансовими установами (на прикладі банків і страхових компаній)// Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. — Київ, 2013. — № 30. — С. 627–634.
15. Черемних І. В. Медіапланування та мерчандайзинг телебачення / І. В. Черемних // Наукові записки Інституту журналістики. — 2013. — Т. 53. — С. 132–137.
16. Шевченко Г. В. Методика прийняття рішення інтернет-провайдером щодо стратегії медіапланування рекламної кампанії / Г. В. Шевченко // Наукові записки Українського науково-дослідного інституту зв'язку. — 2015. — № 4. — С. 79–85.

#### **Методи навчання.**

Лекції, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

#### **Методи оцінювання:**

- поточний контроль (активна робота на лекційних заняттях; активна участь у виконанні практичних завдань; активна участь у дискусії та презентації матеріалу на семінарських заняттях; написання есе за заданою тематикою; захист презентації; презентація сценарію; творче завдання; творчий проект);

- підсумковий контроль (екзамен).

#### **14. Мова навчання.** Українська.