

Вопросы к зачету по дисциплине «Медиапланирование»

1. Определения понятия «медиапланирование».
2. Объект и предмет медиапланирования.
3. Цели и задачи медиапланирования.
4. Виды медиапланирования.
5. Стратегический подход в медиапланировании.
6. Процесс выбора тактики медиапланирования.
7. Анализ аудитории при реализации процесса медиапланирования.
8. Анализ рынка при реализации процесса медиапланирования.
9. Понятие и виды рекламного бюджета.
10. Методы расчета рекламного бюджета.
11. Основные показатели медиапланирования (охват, рейтинг, CPP, CRP, CPT, вес, GRP и т.д.).
12. Взаимосвязь и расчет основных показателей медиапланирования.
13. Реализация блиц-паттерна.
14. Реализация клин-паттерна.
15. Реализация реверсивного клин-паттерна.
16. Реализация импульс-паттерна.
17. Реализация паттерна цикла покупки.
18. Реализация паттерна известности.
19. Реализация паттерна смещающегося охвата.
20. Реализация сезонного паттерна.
21. Понятие и особенности медиастратегии.
22. Понятие и особенности медиатактики.
23. Модель непрерывной рекламной активности.
24. Модель пульсирующей рекламной активности.
25. Модель прерывистой рекламной активности.
26. Модель эффективной частоты.
27. Особенности медиабаинга.
28. Особенности медиаселлига.

29. Понятие и виды медиапланов.
30. Процесс составления медиаплана.
31. Выбор медиамодели.
32. Написание медиабрифа.
33. Виды медиаисследований.

**Задание для курсовой работы по дисциплине
«Медиапланирование»**

Выбрать организацию – объект процесса медиапланирования.
Составить медиаплан, в котором указать особенности развития отрасли, в которой действует организация, характеристику организации, бриф, обоснование паттерна охвата, медиаграфик, медиаобсчет, образцы рекламной продукции.
К курсовой работе приложить диск с исходными файлами работ.

**Задание для контрольной работы по дисциплине
«Медиапланирование»**

Выбрать организацию – объект процесса медиапланирования.
Составить медиаплан, в котором указать, характеристику организации, обоснование паттерна охвата, медиаграфик, медиаобсчет, образцы рекламной продукции.
К контрольной работе приложить диск с исходными файлами работ.