Медіапланування

Метою курсу є формування у здобувачів знань і навичок з планування, реалізації та аналізу медіакампаній, вибору ефективних каналів комунікації та оптимального розподілу бюджету для досягнення маркетингових цілей.



Аракелова Інна Олександрівна
к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу та туризму МДУ

Змістовні модулі:

Змістовий модуль 1. Основи медіапланування та вибір каналів комунікації
Змістовий модуль 2. Медіабаїнг та бюджетування рекламних кампаній
Змістовий модуль 3. Оцінка ефективності та оптимізація медіакампаній

Результати навчання:

- розуміти ключові принципи медіапланування та його роль у маркетингових комунікаціях, зокрема основні показники ефективності, методи планування та вибір оптимальної стратегії для досягнення бізнес-цілей.
- аналізувати цільову аудиторію та вибирати ефективні канали комунікації, враховуючи соціально-демографічні, поведінкові та психографічні характеристики, а також особливості традиційних і цифрових медіа.
- розробляти медіаплани та управляти рекламним бюджетом, включаючи прогнозування охоплення, розподіл витрат, вибір форматів реклами для підвищення ефективності кампаній.
- оцінювати ефективність медіакампаній та оптимізувати їх у реальному часі
- адаптувати стратегії медіапланування до сучасних тенденцій і технологій, впроваджуючи інноваційні формати реклами.

Семестр: 2 Форма контролю: залік
Кількість годин\кредитів: 180\6

Кафедра маркетингу та туризму