



Донецький державний
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Медіапланування

КАФЕДРА

маркетингу

РОЗРОБНИК

Хороших Вікторія Валеріївна

к.держ.упр., доцент

khoroshykh.v@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

5

кредитів ЄКТС
(150 годин)

42

годин контактна робота з викладачем
(14 годин лекцій;
28 години семінарських занять)

108

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

другий
магістр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

українська

ФОРМА КОНТРОЛЮ

залік

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- вибіркова для спеціальності 075 «Маркетинг»
- вибіркова для всіх здобувачів вищої освіти

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

опанування знань з дисциплін: «Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Public Relations»

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування сучасної системи поглядів і набуття практичних навичок щодо медіапланування, формування та розвиток компетентностей щодо інформаційних процесів в медіа

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Сутність медіапланування та його місце в маркетинговій діяльності підприємства

Тема 1. Поняття медіапланування як комунікативної технології

Тема 2. Цілі та принципи медіапланування

Модуль 2. Ринок медіа

Тема 4. Характеристики медіаносіїв

Тема 5. Поняття та види аудиторій

Модуль 3. Медіастратегії підприємств

Тема 6. Типологія медіастратегій

Тема 7. Ефективність медіастратегій

Модуль 4. Стратегія і тактика медіапланування

Тема 8. Етапи складання медіаплану

Тема 9. Оцінка і контроль ефективності медіапланування

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- вміння розробляти маркетингові плани на різних етапах діяльності підприємств;
- вміння застосовувати провідні технології для забезпечення ефективної комунікації;
- вміння шукати, обробляти та аналізувати бізнес-інформацію;
- навички розроблення алгоритму складання медіаплану;
- навички організації та управління процесами, пов'язаними з медіаплануванням на підприємстві;



- відповідальне ставлення до виконуваної роботи, самостійність в прийнятті рішень і виконанні дій, спираючись на власний досвід творчого розв'язання поставлених проблем.

МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 15 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 15 балів
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 40 балів;
- Виконання творчо-пошукового завдання – ~ 15 балів
- Виконання завдань ділової гри – ~ 15 балів

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:

Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



Донецький державний
університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

**Основна
література:**

1. Горпинич О.В., Архипова А.О. Соціологія масових комунікацій та медіапланування: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2018. 255с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1633_68263693.pdf.

**Англомовні
видання:**

1. Kottler Philip, Keller Kevin Lane Marketing Management, 15th Edition. Pearson, 2016. 816 p.
2. Kotler, Philip T. Armstrong Gary Principles of Marketing, 17th Edition. Pearson, 2017. 737 p.
3. <https://www.kantarmedia.com/us/thinking-and-resources/blog/what-is-media-planning>
4. <https://www.bloomads.com/blog/why-is-media-planning-so-important/>
5. <https://www.marketingevolution.com/marketing-essentials/media-planning>

Інтернет джерела

1. Журнал «Маркетинг в Україні»
URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-inua/ahive.php>.
2. Офіційний сайт Української Асоціації Маркетингу. Головна сторінка.
URL: <http://uam.in.ua/rus/>.
3. GRP. Основні показники в рекламі на ТБ.
URL: <https://leosvit.com/art/grp>.