

Медиапланирование

Срок обучения:

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

Рекламное планирование и бюджетирование

- Основные принципы и необходимость планирования
- Структура рекламного плана
- Определение рекламного бюджета и его обоснование
- Управление рекламным бюджетом
- Основные концепции измерения эффективности рекламы: их преимущества и недостатки

Практикум:

- кейс «Продуктово-рыночная матрица»
- расчет маркетингового ROI, маркетинговая оценочная матрица

Медиапланирование: основные термины и показатели

- Кто они: медиапланеры и медиа-байеры
- Обзор основных каналов размещения
- Медиапланирование в терминах
- Расчет стоимости контакта в различных каналах коммуникации
- Бюджет на продвижение: различные подходы к формированию
- Прогноз и определение эффективности затрат
- Решение практических задач, направленных на совершенствование навыков медиапланирования

Выбираем каналы размещения. Характеристики и особенности основных каналов размещения

- Пресса

- ТВ
- Радио
- Интернет
- Наружная реклама
- Кино
- Принципы составления MediaMix
- Размещение с помощью агентств: преимущества и недостатки
- Решение практических задач, направленных на совершенствование навыков медиапланирования

Практикум:

- Подготовка групповых медиапланов
- Сравнение медиапланов участников
- Анализ домашних медиапланов участников в малых группах
- Решение задач по расчету индексов медиапланирования (CPC, CTR и пр.) — не менее 15 задач
- Учебные дебаты: медиапланер и медиабайер — общее и различное