

| | |
|--|---|
| Код та назва дисципліни | 1-075-9 Медіапланування |
| Рекомендується для галузі знань ² (спеціальності, освітньої програми) | 075 Маркетинг |
| Кафедра (азначати офіційний шифр) | маркетингу та міжнародного менеджменту |
| П.І.П. НПП (за можливості) | Шевченко Т.С. |
| Рівень ВО | перший (бакалаврський) |
| Курс, семестр (в якому буде викладатись) ³ | 4 курс |
| Мова викладання | українська |
| Пререквізити ⁴ (передумови вивчення дисципліни) | Попередньо опановані навчальні дисципліни, на яких базується вивчення планування промодіяльності |
| Що буде вивчатися | Вивчення технології медіапланування, а також формування в студентів комплексу базових знань та навичок, необхідних для розробки медіапланів. |
| Чому це цікаво/треба вивчати | Студенти зможуть опанувати технології вибору рекламних носіїв, отримають знання щодо етапів процесу планування рекламних кампаній. Вивчення дисципліни дозволить оволодіти дослідницьким інструментарієм, що використовується у процесі медіапланування. |
| Чого можна навчитися (результати навчання) | Складати медіаплани конкретних рекламних кампаній, оцінювати вибір носіїв реклами; вивчити моделі прогнозування рейтингу; здобути навички роботи з даними виміру аудиторії та іншими інформаційними джерелами медіапланування; отримати уявлення про сутність та структуру основних документів медіапланування. |
| Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності) | Конкретизувати свої знання, отримані під час вивчення інших дисциплін, пов'язаних з промоушеном. |
| Інформаційне забезпечення | Підручники, конспекти, статті, монографії |
| Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо) | Лекції, практичні заняття, лабораторні роботи |
| Вид семестрового контролю | Диференційований залік |
| Максимальна кількість здобувачів ⁵ | - |
| Мінімальна кількість здобувачів ⁵ (тільки для мовних та творчих дисциплін) | - |

Декан факультету

Тетяна ГРИНЬКО