

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ «МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ»

Содержание дисциплины:

Тема № 1. Социология и маркетинг: область взаимодействия.

Тема № 2. Система информационного обеспечения маркетинговой деятельности. Анализ СМИ. Программы Интегрум, Медиалогия.

Тема № 3. Измерение свойств и характеристик объекта маркетингового исследования.

Тема № 4. Исследование внешней среды, конкурентный анализ.

Тема 5. Исследование сегментации рынка. Позиционирование и дифференцирование.

Тема 6. Исследования маркетинговых коммуникаций.

Тема 7. Товар как объект маркетингового исследования. Маркетинговые исследования упаковок и товарных марок. Маркетинговые исследования цен на товары.

Тема 8. Международные стандарты в области маркетинговых и социологических исследований.

Тема 9. Медиаплан.

Результаты обучения:

Знать:

- теорию и методологию социологии, в том числе теоретические основы исследования качества как социологической категории;
- методы социологического анализа и обобщения профессиональной информации;
- нормативные требования к составлению научно-практических проектов.

Уметь:

- теоретически обосновывать и применять социологические методы для решения профессиональных задач;
- обобщать и анализировать профессиональную (социальную и демографическую) информацию;
- анализировать социальные процессы, происходящие в различных сферах общества с целью определения и анализа социально значимых проблем, связанных с вопросами качества процессов и управления;
- представлять научно-практические проекты.