

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Понятие и функции медиапланирования.
2. Роль медиапланирования в современной рекламной деятельности.
3. Понятие массовой коммуникации как социального явления.
4. Средства массовой коммуникации: функции и социальная значимость.
5. Информация как главная составляющая коммуникации. Виды информации.
6. Дайте определение понятий «мультимедийный подход» и «синергетический эффект».
7. Средства массовой информации и их классификация.
8. Понятие информационных ресурсов и их классификация (по виду, способам доступа, форме собственности).
9. Модель коммуникации Г. Лассуэлла.
10. Назовите виды медиапланирования по стадиям разработки.
11. Методы определения рекламного бюджета.
12. Дайте определение понятия «медиабриф». В чем назначение данного документа.
13. Особенности планирования рекламной деятельности.
14. Стратегия и тактика медиапланирования.
15. Базовые термины и понятия используемые в медиапланировании для анализа кампании: охват, частота, суммарный рейтинг, индекс соответствия.
16. Средства распространения рекламы (рекламные медиа) и особенности их выбора.
17. Перечислите критерии эффективности рекламы. Назовите уровни влияния рекламы. Как проводится тестирование рекламы и по каким показателям.
18. Медиапоказатели эффективности наружной рекламы.
19. Наружная реклама: специфика рынка, основные форматы, достоинства и недостатки при проведении кампаний.
20. Медиаисследования. Разновидности. Специфика использования.
21. Дайте определение понятия «бюджет рекламной кампании». Как рассчитать бюджет рекламной кампании.
22. Охарактеризуйте метод Пекхэма для определения бюджета рекламной кампании.
23. Охарактеризуйте метод Шроера для определения бюджета рекламной кампании.
24. Специфика принципа расчета бюджета рекламной кампании «процент от оборота или прибыли».
25. Программное обеспечение медиапланирования.