**Методические рекомендации по выполнению практических заданий** **по дисциплине «Медиаанализ и медиапланирование»** (Выбор носителей информации. Размещение рекламы. Основные статистики. Эффективность медиаплана)

На проверку предоставляется **5 заданий на выбор студента**.

Для выполнения практических заданий рекомендовано ознакомиться с литературой, приведенной в конце файла.

Ситуационные задачи

№1. Небольшая строительная компания, работающая в Московской области, развивает новое направление – алмазная резка бетона. Для продвижения услуг компании нужно определиться с целевой аудиторией. Предложите 3 способа сбора информации о целевой аудитории.

№2. Оптовый обувной центр в Екатеринбурге реализует продукцию известных брендов. С 2021 года в каталоге продукции появилась обувь собственной торговой марки – мужская, женская, детская. Оптовиками эта марка покупается плохо. Каким образом следует сегментировать аудиторию потенциальных потребителей, чтобы обеспечить сбыт данного товара.

№3. Реклама размещалась однократно в эфире двух радиостанций. Аудитория радиостанции А — 200 тыс. человек. Аудитория радиостанции Б — 80 тыс. человек. По данным исследований, 5% аудитории радиостанции А слушают также радиостанцию Б. Рассчитайте охват аудитории двумя радиостанциями, учитывая ее внешнее пересечение.

№ 4. Целевая аудитория рекламодателя — это женщины в возрасте 25- 39 лет. На местном рынке доля таких женщин от всего населения — 45%. Журнал А читает 30% всех местных женщин в возрасте 25-39 лет. На основании расчета индекса соответствия, определите, подходит ли журнал А для размещения в нем рекламы.

№5. Целевая аудитория рекламодателя – читатели газет А и Б. Стоимость полосы рекламы в газете А – 10 тыс. рублей, в газете Б – 15 тыс. рублей. Аудитория газеты А – 1 500 000 человек, аудитория газеты Б – 2 000 000 человек. На основе расчета показателя CPT определите, размещение рекламы в какой газете будет дешевле.

№6. В городе К. проживает 427300 телезрителей. В период с 18.00 до 20.00 канал А смотрело 23000 человек, канал Б – 2400, канал В – 1700 человек. Рассчитайте телевизионный рейтинг каналов в данный временной промежуток.

№7. Стоимость рекламы на местном телевидении составляет 2000 рублей за минуту. Общее количество взрослого населения города 453000 человек, а целевая аудитория местного телевидения – 86000 человек. Рассчитайте цену за пункт рейтинга.

Список рекомендованных литературных источников:

1. Березовой А. Медиапланирование. Электронная публикация, 2023. URL: https://alekseyberezovoy.ru/mediaplanning/lekciya-8-terminy-iraschety/

2. Кочеткова А.В. Медиапланирование. Серия «Академия рекламы». М.: РИП-холдинг, 2003. URL: https://evartist.narod.ru/text10/15.htm

3. Малышева Е.Г. Методология и методы медиаисследований: учебное пособие / Е.Г. Малышева, О.С. Рогалева. М.: ФЛИНТА, 2022. 143 с.

4. Медика описания целевой аудитории // Онлайн-энциклопедия по маркетингу. URL: http://powerbranding.ru/potrebitel/tadescription/?ysclid=llup8fjilh710799915

5. Назайкин А.Н. Медиапланирование. Электронная публикация. URL: http://www.nazaykin.ru/MP

6. Скобелев В.Л. Медиаисследования: учебное пособие / В.Л. Скобелев, М.М. Фатеев. Министерство культуры Российской Федерации, СанктПетербургский государственный институт кино и телевидения. СПб.: СПбГИКиТ, 2022. 181 с.