

*Семінар 12. Медіапланування та основні підходи щодо розробки медіа плану.*

Поняття медіаплану. Складові та показники медіаплану. Визначення медіаканалу та медіа носія . Основні етапи медіапланування та особливості розробки медіаплану.

*Семінар 13. Аналіз змісту рекламної комунікації*

1. Дослідження факторів, що впливають на прийняття рішень про купівлю товару.
2. Аналіз змісту як метод соціологічного дослідження.
3. Текст як показник намірів комунікатора.
4. Текст та можливості аналізу аудиторії.
5. Дослідження змісту як наукова процедура.
6. Інтерпретація результатів дослідження.