

Курс профессиональной подготовки
Рекламное медиапланирование

PLANNING
Social Medias



tech технологический
университет

Курс профессиональной подготовки

Рекламное медиапланирование

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-advertising-media-planning

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Структура и содержание

стр. 12

04

Методология

стр. 18

05

Квалификация

стр. 26

01

Презентация

Когда компания принимает решение о финансовых вложениях в рекламу своей продукции, необходимо провести исчерпывающее медиапланирование, благодаря которому она сможет определить наиболее подходящие рекламные носители для трансляции своих сообщений с учетом цели, которую компания намерена достичь, и целевой аудитории. Благодаря актуальной информации, теоретическим и практическим ресурсам этой программы ТЕСН студенты получают необходимые инструменты для того, чтобы стать настоящими специалистами в области медиапланирования.



“

Эта программа научит вас выбирать наиболее подходящие рекламные носители для проведения успешных кампаний для вашей компании”

Корпоративный имидж — один из факторов, который считается основополагающим в организациях. Сегодня это один из важнейших элементов, которым располагают компании, чтобы дать понять аудитории, кто они, чем занимаются и чем отличаются от конкурентов. Достижение соответствующего и конкурентоспособного имиджа достигается с помощью рекламных кампаний, но для этого необходимо определить средства массовой информации, в которых организации должны реализовывать эти кампании. Работа специалиста в области медиапланирования заключается в выборе наиболее подходящих медиа, поэтому обучение по таким программам, как эта, является необходимым. В частности, данная программа ТЕСН ориентирована на профессионалов в области журналистики и коммуникации, которые понимают необходимость обновления своих знаний в данной сфере, чтобы быть более конкурентоспособными.

Следует иметь в виду, что Интернет в настоящее время является самым мощным из существующих каналов коммуникации, и необходимо оценить важность все более широкого использования так называемых "социальных инструментов" в Интернете, поскольку они предлагают компаниям и пользователям новые способы общения, продаж, участия и обмена знаниями. Благодаря социальным сетям, компании, которые продают продукты или услуги, могут продвигать их быстро, разнонаправленно и беспрепятственно, а также анализировать, как их видят пользователи, и реагировать на требования, вопросы и запросы, которые у них есть в отношении указанной компании.

В этой цифровой сфере использование социальных сетей также имеет фундаментальное значение, поскольку они ознаменовали собой революцию в отношениях организаций друг с другом. Данная программа поможет студентам узнать об истинном потенциале социальных медиа для бизнеса, о том, как составить стратегический план и как работают наиболее важные на сегодняшний день платформы и инструменты. Кроме того, в рамках этой программы студент получит знания, касающиеся репутации в Интернете, блогов и фигуры *комьюнити-менеджера* как лица, ответственного за создание максимальной репутации компании.

Сборник знаний, необходимых для грамотного медиапланирования рекламы, который позволит обозначить "до" и "после" в подготовке специалистов, помогая им занять востребованные профессиональные позиции в рекламных отделах компаний.

Данный **Курс профессиональной подготовки в Рекламное медиапланирование** содержит самую полную и современную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Использование новейших технологий в области программного обеспечения для онлайн-обучения
- ♦ Система обучения, интенсивно визуальная, поддерживается графическим и схематическим содержанием, которое легко усвоить и понять
- ♦ Разбор практических кейсов, представленных практикующими экспертами
- ♦ Современные интерактивные видеосистемы
- ♦ Преподавание с использованием телепрактики
- ♦ Постоянное обновление существующих и введение новых методик образования
- ♦ Саморегулируемое обучение, которое позволяет полностью совместить его с другими видами деятельности
- ♦ Практические упражнения для самооценки и проверки усвоения полученных знаний
- ♦ Группы для поддержки и форумы для общения студентов между собой: вопросы к эксперту, дискуссии и форумы для обмена знаниями
- ♦ Общение с преподавательским составом и индивидуальная работа по рефлексии
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства, имеющего подключение к Интернету
- ♦ Хранящиеся в постоянном доступе учебные материалы

“

Программа высокого академического уровня, которая позволит вам открыть новые пути для профессионального роста"

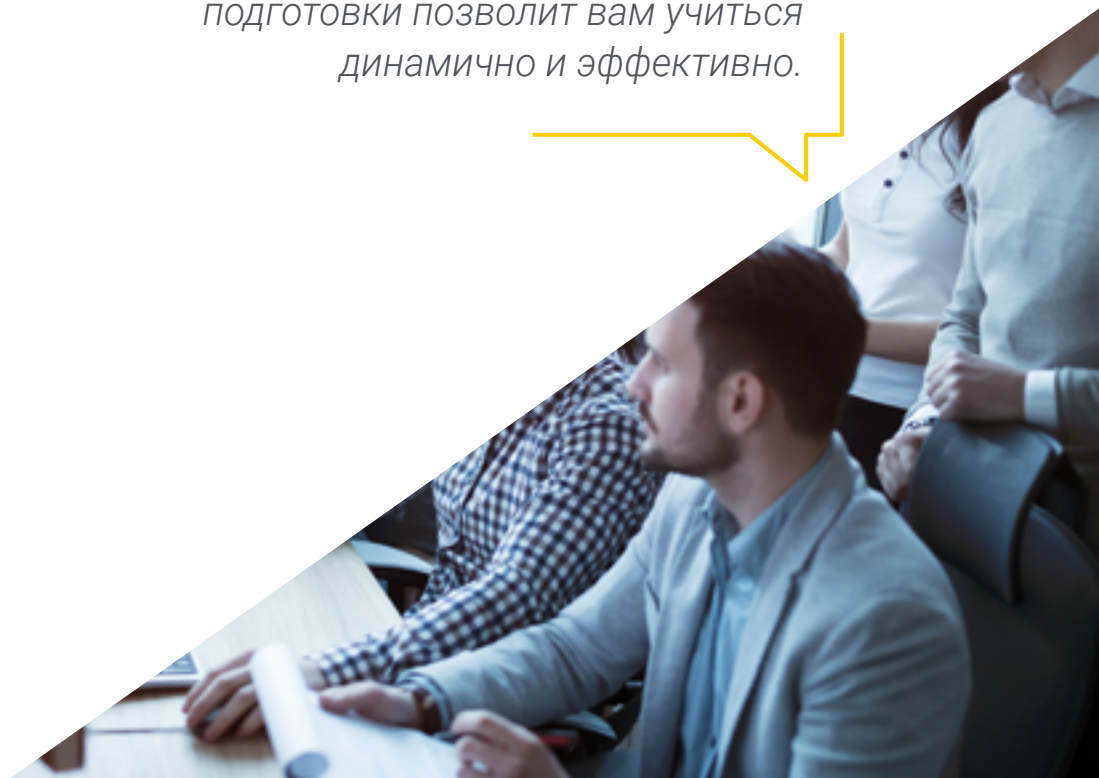
Преподавательский состав этой программы состоит из профессионалов из различных областей, связанных с данной специальностью. Таким образом, ТЕСН ставит целью обеспечить вас обновленными методиками в изучении этой программы. Многопрофильная команда, состоящая из опытных специалистов, работающих в различных сферах, которые эффективно развивают теоретические знания, но, прежде всего, ставят на вооружение студентов практические знания, полученные из собственного опыта.

Все эти знания дополнены эффективной методологией преподавания. Программа разработана многопрофильной командой экспертов в сфере электронного обучения, и объединяет в себе последние достижения в области образовательных технологий. Таким образом, студент сможет учиться с помощью ряда удобных и универсальных мультимедийных инструментов, которые обеспечат ему/ей необходимую оперативность в процессе обучения.

Основное внимание в этой программе уделяется проблемно-ориентированному обучению. Подход, при котором обучение рассматривается как исключительно практический процесс. Для эффективности дистанционного обучения мы используем *телепрактику*. Таким образом, с помощью инновационной интерактивной видеосистемы и так называемой системы *обучения у эксперта* студенты смогут получить знания, как если бы они столкнулись с реальным случаем. Практическая концепция получения и закрепления знаний.

Курс профессиональной подготовки, который позволит вам успешно работать в области рекламного медиапланирования, получив навыки профессионала высокого уровня.

Инновационная методика преподавания данного Курса профессиональной подготовки позволит вам учиться динамично и эффективно.



02

Цели

Основная цель данного Курса профессиональной подготовки заключается в том, чтобы подготовить высококвалифицированных специалистов для работы в этой области, дав им необходимые навыки для успешной практики. Более того, эта цель дополняется в глобальном масштабе содействием развитию человека, которое закладывает основы лучшего общества, помогая ему выйти на более высокий уровень компетентности и контроля. Цель, которую всего за несколько месяцев студенты смогут достичь с помощью программы высокой интенсивности и точности.





“

Если вы хотите расширить свою подготовку в области рекламного медиапланирования, то данный Курс профессиональной подготовки поможет вам это сделать в удобной форме”



Общие цели

- ♦ Научиться проводить соответствующую рекламную коммуникацию с использованием самых современных цифровых инструментов
- ♦ Уметь осуществлять адекватное планирование средств рекламы с целью определения медианосителей, которые будут использоваться в компании

“

Уникальная возможность расширить свои возможности на рынке труда”





Конкретные цели

Модуль 1. Корпоративная идентичность

- ♦ Знать основы рекламы и агентов, которые участвуют в процессе создания рекламы
- ♦ Распознавать и определять профессиональные профили специалистов в области рекламы, а также основные функции и требования, которые должны выполняться для их профессионального развития
- ♦ Управлять институциональной коммуникацией при любых обстоятельствах, даже в кризисных ситуациях, когда сообщение согласовано с интересами различных *стейкхолдеров*
- ♦ Управлять коммуникацией любых мероприятий, связанных с корпоративной коммуникацией
- ♦ Создавать корпоративный имидж любой организации на основе одного из ее атрибутов

Модуль 2. Социальные сети и комьюнити-менеджмент

- ♦ Обучить студентов пониманию важности Интернета в поиске и управлении информацией в области рекламы и связей с общественностью, в его применении к конкретным случаям
- ♦ Обладать способностью анализировать, обрабатывать, интерпретировать, разрабатывать и структурировать цифровые коммуникации
- ♦ Дать студенту возможность анализировать и оптимизировать использование новых каналов коммуникации и стратегий цифровых медиа профессионалом в области рекламы и связей с общественностью
- ♦ Понимать важность социальных сетей и e-mobile как революции в маркетинге, поддерживать и использовать эти инструменты для достижения целей рекламы и связей с общественностью

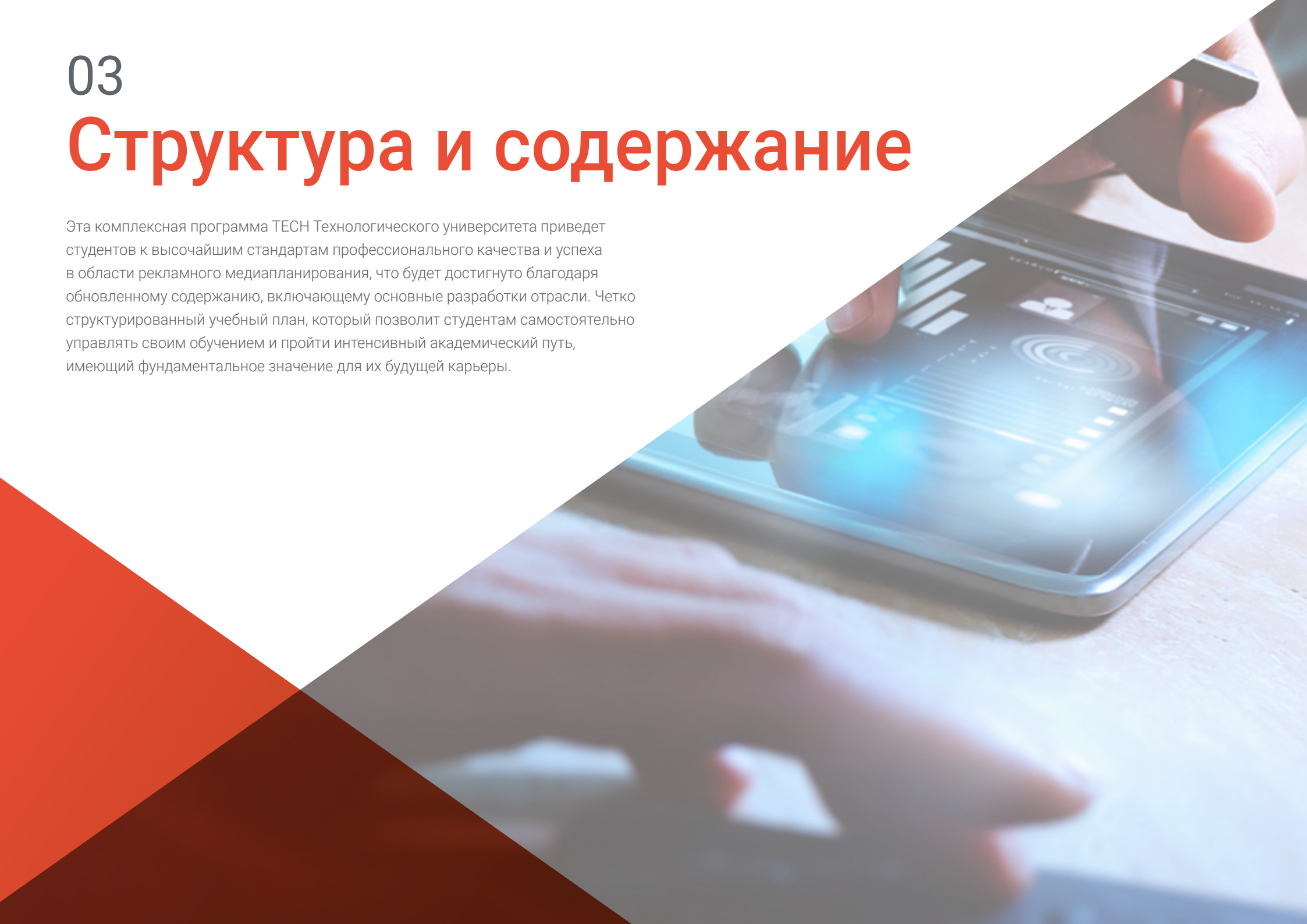
Модуль 3. Рекламное медиапланирование

- ♦ Знать, как применять переменные анализа при медиапланировании рекламы
- ♦ Составить медиаплан для рекламного агентства или медиа-центра
- ♦ Знать, как управлять закупками средств массовой информации и рекламных носителей

03

Структура и содержание

Эта комплексная программа ТЕСН Технологического университета приведет студентов к высочайшим стандартам профессионального качества и успеха в области рекламного медиапланирования, что будет достигнуто благодаря обновленному содержанию, включающему основные разработки отрасли. Четко структурированный учебный план, который позволит студентам самостоятельно управлять своим обучением и пройти интенсивный академический путь, имеющий фундаментальное значение для их будущей карьеры.



“

Учебная программа высокого академического уровня, отличающаяся от остальных предложенных на рынке высоким уровнем повышения квалификации и качества”

Модуль 1. Корпоративная идентичность

- 1.1. Стратегия "жили-были"
 - 1.1.1. История стратегии
 - 1.1.2. Применение стратегии в других социальных дисциплинах
 - 1.1.3. Научное признание стратегии
- 1.2. Стратегическое мышление
 - 1.2.1. Стратегическое измерение
 - 1.2.2. Что такое стратегический план?
 - 1.2.3. Структура
- 1.3. Стратегическая коммуникация vs. Виды стратегий
 - 1.3.1. Особенности стратегической коммуникации
 - 1.3.2. Коммуникационные стратегии
 - 1.3.3. Виды стратегий
- 1.4. Осуществление процесса рекламного планирования
 - 1.4.1. История рекламного планирования
 - 1.4.2. Чем занимается *специалист по планированию*?
 - 1.4.3. Специалист по планированию в рабочем процессе агентства
 - 1.4.4. Управление и планирование счетов
- 1.5. Общая модель развития процесса
 - 1.5.1. Распоряжение рекламодателя
 - 1.5.2. Стратегический процесс
 - 1.5.3. Стратегический консалтинг
- 1.6. Традиционные средства массовой информации
 - 1.6.1. Переход к социальной среде
 - 1.6.2. Гибридные средства массовой информации
 - 1.6.3. Интернет
 - 1.6.4. Кейс *Orbyt*
- 1.7. Цифровое медиапланирование
 - 1.7.1. Время принятия решения о покупке
 - 1.7.2. Веб-позиционирование
 - 1.7.3. Форматы
 - 1.7.4. Стратегии брендов
 - 1.7.5. Измерение
 - 1.7.6. Электронная и социальная коммерция

- 1.8. Стратегический план в 7 шагов
 - 1.8.1. Анализ бренда
 - 1.8.2. Определение *таргета*
 - 1.8.3. Определение целей
 - 1.8.4. Определить дифференцированное ценностное предложение бренда
 - 1.8.5. Выбор каналов коммуникации
 - 1.8.6. Составление календаря кампании
 - 1.8.7. Анализ и оценка результатов
- 1.9. Будущее планирования
 - 1.9.1. Прошлое
 - 1.9.2. Настоящее
 - 1.9.3. Будущее
- 1.10. Аудитория
 - 1.10.1. Часовые телевизионные рейтинги
 - 1.10.2. *Прайм-тайм* в телевидении
 - 1.10.3. GPRS

Модуль 2. Корпоративная идентичность

- 2.1. Важность имиджа в бизнесе
 - 2.1.1. Что такое корпоративный имидж?
 - 2.1.2. Различия между корпоративной идентичностью и корпоративным имиджем
 - 2.1.3. Где может проявляться корпоративный имидж?
 - 2.1.4. Ситуации корпоративного ребрендинга. Зачем создавать хороший корпоративный имидж?
- 2.2. Методы исследования корпоративного имиджа
 - 2.2.1. Введение
 - 2.2.2. Изучение имиджа компании
 - 2.2.3. Методы исследования корпоративного имиджа
 - 2.2.4. Качественные методы изучения имиджа
 - 2.2.5. Виды количественных методов

- 2.3. Аудит и стратегия имиджа
 - 2.3.1. Что такое аудит имиджа?
 - 2.3.2. Руководящие принципы
 - 2.3.3. Методология аудита
 - 2.3.4. Стратегическое планирование
- 2.4. Корпоративная культура
 - 2.4.1. Что такое корпоративная культура?
 - 2.4.2. Факторы, участвующие в формировании корпоративной культуры
 - 2.4.3. Функции корпоративной культуры
 - 2.4.4. Типы корпоративной культуры
- 2.5. Корпоративная социальная ответственность (КСО) и корпоративная репутация
 - 2.5.1. КСО: понятие и применение в компании
 - 2.5.2. Руководство по интеграции КСО в бизнес
 - 2.5.3. Коммуникация КСО
 - 2.5.4. Корпоративная репутация
- 2.6. Корпоративная визуальная идентичность и *нейминг*
 - 2.6.1. Корпоративные стратегии визуальной идентификации
 - 2.6.2. Основные элементы
 - 2.6.3. Основные принципы
 - 2.6.4. Разработка инструкции
 - 2.6.5. *Нейминг*
- 2.7. Имидж и позиционирование брендов
 - 2.7.1. Происхождение брендов
 - 2.7.2. Что такое бренд?
 - 2.7.3. Необходимость создания бренда
 - 2.7.4. Имидж и позиционирование брендов
 - 2.7.5. Ценность брендов
- 2.8. Управление имиджем с помощью кризисной коммуникации
 - 2.8.1. Стратегический план коммуникации
 - 2.8.2. Когда все идет не так: кризисная коммуникация
 - 2.8.3. Случаи
- 2.9. Влияние рекламных акций на корпоративный имидж
 - 2.9.1. Новая панорама рекламной индустрии
 - 2.9.2. Промо-маркетинг
 - 2.9.3. Характеристики
 - 2.9.4. Опасности
 - 2.9.5. Виды и методы продвижения рекламы
- 2.10. Основные социальные сети II
 - 2.10.1. YouTube: вторая по величине поисковая система в Интернете
 - 2.10.2. Основные элементы
 - 2.10.3. Реклама
 - 2.10.4. YouTube Analytics
 - 2.10.5. Истории успеха
 - 2.10.6. Instagram и Pinterest. Сила изображения
 - 2.10.7. Instagram
 - 2.10.8. Истории успеха
 - 2.10.9. Pinterest
- 2.11. Блоги и личный брендинг
 - 2.11.1. Определение
 - 2.11.2. Типологии
- 2.12. Инструменты для комьюнити-менеджеров
 - 2.12.1. Мониторинг и программирование. Hootsuite
 - 2.12.2. Специальные инструменты для каждой социальной сети
 - 2.12.3. Инструменты для активного слушания
 - 2.12.4. Инструменты для сокращения URL-адресов
 - 2.12.5. Инструменты для создания контента

Модуль 3. Интегрированные маркетинговые коммуникации

- 3.1. Реклама *Below the line*
- 3.2. Прямой и интерактивный маркетинг
- 3.3. Методы маркетинга в точках продаж
- 3.4. Важность связей с общественностью
- 3.5. Тенденции *Branded Entertainment Marketing*
- 3.6. Стратегия цифровой коммуникации
- 3.7. Показатели цифровой коммуникации
- 3.8. Значение социальных сетей
- 3.9. Эффективная сегментация и инструменты социальных сетей
- 3.10. Преимущества мобильного маркетинга





“

*Уникальный, важный
и значимый курс обучения
для развития вашей карьеры”*

04

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**.

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как **Журнал медицины Новой Англии**.



“

Откройте для себя методику *Relearning*, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

Исследование кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру”



Вы получите доступ к системе обучения, основанной на повторении, с естественным и прогрессивным обучением по всему учебному плану.



В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля, которая предлагает самые сложные задачи и решения в этой области на международном уровне. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и профессиональным реалиям.

“

Наша программа готовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере”

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения в лучших бизнес-школах мира на протяжении всего времени их существования. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.

Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

В 2019 году мы достигли лучших результатов обучения среди всех онлайн-университетов в мире.



В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*. Наш университет - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.



В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.

В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



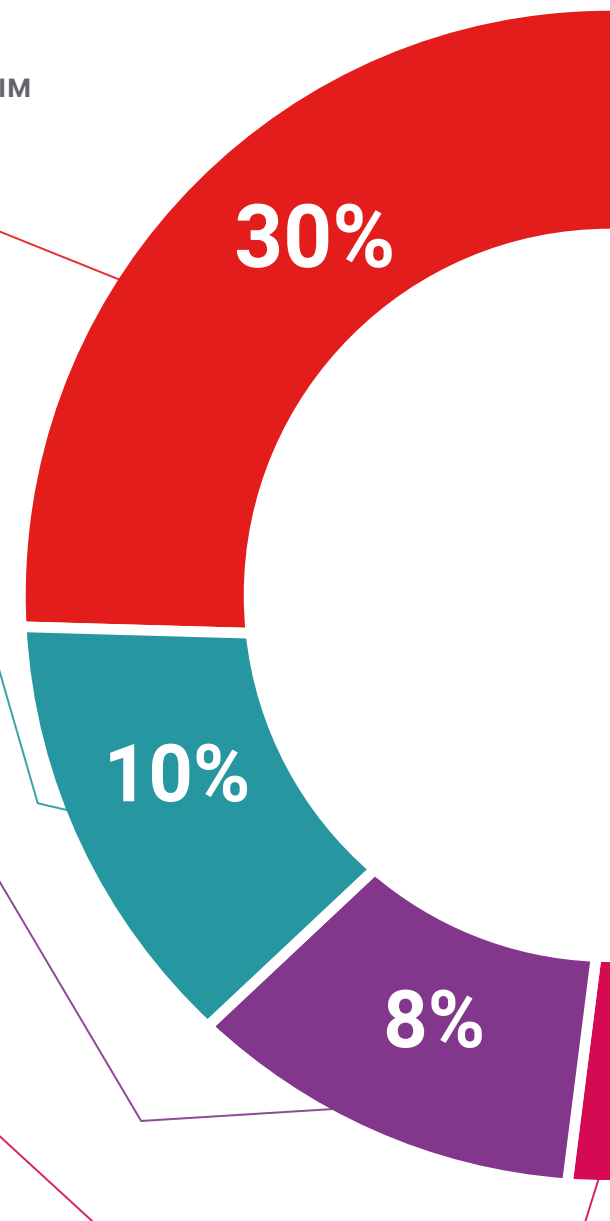
Практика навыков и компетенций

Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами на международной арене.



Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



Тестирование и повторное тестирование

На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



05

Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области Рекламное медиапланирование гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без хлопот, связанных с поездками и оформлением документов”

Данный **Курс профессиональной подготовки в области Рекламное медиапланирование** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом о прохождении **Курса профессиональной подготовки**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную на Курсе профессиональной подготовки, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Курс профессиональной подготовки в области Рекламное медиапланирование**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **6 месяцев**



*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Институты

Знания Настоящее Качество

Веб обучение

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический
университет

Курс профессиональной
ПОДГОТОВКИ

Рекламное медиапланирование

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Курс профессиональной подготовки

Рекламное медиапланирование