

РЕФЕРАТ

Дипломна робота: 140 с., 31 рис., 12 табл., 3 додатки, 16 джерел.

Дипломна робота присвячена аналізу проблем, що виникають при медіаплануванні реклами. Розглянуті та проаналізовані основні існуючі процедури, які застосовуються в процесі медіапланування реклами. Розроблена методика медіапланування рекламних кампаній, застосовано та зроблено аналіз методів для розрахунку бюджету рекламної кампанії, запропоновано математичну модель для розподілення кількості рекламних публікацій та виконано її комп'ютерну реалізацію.

В роботі наведений приклад визначення та прогнозування цільової аудиторії існуючої торгівельної марки, а саме: розроблена анкета для збору статистичних даних з метою визначення відношення населення до даної торгівельної марки, зроблено вибір методу обробки статистичних даних, побудовано математичну модель для прогнозування цільової аудиторії та виконано аналіз отриманих даних.

В роботі також виконаний розділ, що пов'язаний з економічними розрахунками.

Розроблена в дипломній роботі комп'ютерна програма може стати частиною великого комплексного програмного продукту, що забезпечуватиме всі потрібні процеси при медіаплануванні рекламних кампаній.

МЕДІАПЛАНУВАННЯ, ПРОГНОЗУВАННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ.