

## **В программе семинара рассматриваются такие аспекты как:**

- возможности и ограничения различных форм личной и массовой коммуникации;
- реклама, директ-маркетинг, личная коммуникация;
- возможности различных носителей: телевидение, радио, журналы, газеты, Интернет, формы личной и псевдоличной коммуникации;
- методы исследования аудиторий средств массовой информации, информативность различных методов исследования;
- терминология медиапланирования; терминологические "ловушки" для рекламодателей; методы анализа медиаметрических исследований;
- основы не-медиаметрических критериев выбора носителей;
- не-медиаметрические факторы, влияющие на эффективность рекламирования;
- выбор форм и средств коммуникации в различных товарных группах и сфере услуг;
- интенсивность коммуникации на различных этапах развития бренда;
- бюджетирование маркетинговой коммуникации.

*Кружозер*