



Бужин, Валерий Николаевич.

Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бужин, Т.С. Бужина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с.

И. Бужина, Татьяна Сергеевна.

ISBN 978-5-238-01769-3

Агентство СІР РГБ

Рассматриваются теоретические и практические основы медиапланирования как системы управления информацией в средствах массовой коммуникации. Даются формулировки основных понятий медиапланирования. Приводятся примеры планирования и проведения рекламных кампаний. Впервые на реальных примерах показывается связь рекламной активности с ростом продаж. Особое внимание уделяется результатам исследований в области запоминания и восприятия рекламных сообщений, а также другим аспектам медиапсихологии.

Предлагаемая книга — первое издание в истории российской рекламы, рекомендованное одновременно двумя профессиональным сообществом — Ассоциацией коммуникационных агентств России (АКАР) и Российским отделением Международной рекламной ассоциации (IAA) для студентов — будущих рекламистов, специалистов в области рекламы и массовых коммуникаций, а также для социологов, психологов и маркетологов, работающих в сфере массовых коммуникаций.