

60,5
Ш 26

УЧЕБНЫЕ ИЗДАНИЯ ДЛЯ БАКАЛАВРОВ

Ф. И. ШАРКОВ, В. Н. БУЗИН

Интегрированные коммуникации

**массовые
коммуникации
и медиапланирование**

учебник



Серия «Учебные издания для бакалавров»

Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин

**ИНТЕГРИРОВАННЫЕ
КОММУНИКАЦИИ:
МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
И МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ**

Учебник

В КОМПЬЮТЕРЕ

Под общей редакцией профессора Ф. И. Шаркова

Рекомендовано Учебно-методическим советом
по рекламе и связям с общественностью
Учебно-методического объединения вузов
Российской Федерации по образованию в области
международных отношений в качестве учебника
для студентов бакалавриата ВПО,
обучающихся по направлению подготовки
“Реклама и связи с общественностью”

Москва

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»

2017

УДК 659.4 (075.8)

ББК 76.0я73

Ш26

Авторы:

Ф. И. Шарков — доктор социологических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ;

В. Н. Бузин — кандидат социологических наук, доцент.

Рецензенты:

В. П. Коломиец — доктор социологических наук, профессор;

В. А. Евстафьев — доктор филологических наук, профессор.

Шарков Ф. И.

Ш26

Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. — 488 с.

ISBN 978-5-394-01185-6

В учебнике раскрываются теоретические основы развития коммуникологии, генезис, парадигмы, функции и характеристики массовой коммуникации. Подробно рассмотрены методические и организационные основы медиапланирования, приводятся примеры из практики составления медиаплана и даются рекомендации по реализации конкретных планов размещения рекламы в массмедиа.

Для студентов бакалавриата ВПО, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», а также магистрантов, аспирантов и преподавателей высших учебных заведений, исследователей и специалистов, связанных с теорией и практикой коммуникации, особенно социальной коммуникации.

ISBN 978-5-394-01185-6

© Шарков Ф. И., Бузин В. Н., 2011

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2011



Оглавление

| | |
|---|------------|
| Введение | 5 |
| Глава 1. Исторические вехи возникновения, развития коммуникации и становления коммуникологии | 7 |
| 1.1. Коммуникология и теория коммуникации в системе наук и учебных дисциплин | 7 |
| 1.2. Становление науки коммуникологии и ее терминологического аппарата | 33 |
| 1.3. Генезис массовых коммуникаций | 54 |
| 1.4. Истоки и основные парадигмы социальной коммуникации | 62 |
| Глава 2. Генезис, парадигмы, функции и характеристики массовой коммуникации | 81 |
| 2.1. Развитие теорий массовой коммуникации и информации в XX в. (парадигмы и функции массовой коммуникации) | 81 |
| 2.2. Особенности возникновения и развития массовой коммуникации | 111 |
| 2.3. Функции и характеристики массовой коммуникации | 130 |
| Глава 3. Массовые коммуникации, представленные в виде социальной системы | 134 |
| 3.1. Межкультурные коммуникации, рассматриваемые как объемные модели массовой коммуникации | 134 |
| 3.2. Интегрированные маркетинговые коммуникации как социальная система | 153 |
| Глава 4. Методические и организационные вопросы медиапланирования | 185 |
| 4.1. Методические основы мониторингового исследования средств массовой информации (на примере группы компаний "Ромир-Мониторинг") | 185 |

| | |
|--|------------|
| 4.2. Понятие медиапланирования. Организационные аспекты формирования и реализация медиаплана | 203 |
| 4.3. Виды медиапланирования и составляющие видеоплана в сети | 227 |
| 4.4. Медиапланирование как инструмент управления информационными кампаниями | 238 |
| Глава 5. Процессы и инструменты составления и реализации медиаплана | 252 |
| 5.1. Процесс медиапланирования и основные показатели | 252 |
| 5.2. Инструмент мультимедийного планирования рекламы и маркетинговые коммуникации | 273 |
| 5.3. Медиапланирование телевизионной аудитории | 284 |
| Глава 6. Исследование и моделирование рекламных кампаний | 315 |
| 6.1. Исследование восприятия и запоминания информационно-рекламной информации | 315 |
| 6.2. Эмоциональные эффекты в информационных кампаниях | 365 |
| 6.3. Навыки анализа: задачи по тренировке навыков работы с базами данных | 390 |
| 6.3.1. Решаем задачи с <i>Galileo</i> | 391 |
| 6.3.2. Решаем задачи с <i>NRS</i> | 423 |
| 6.3.3. Работа с <i>AdEx</i> | 428 |
| 6.3.4. Работа с <i>Palomars</i> | 443 |
| Заключение | 460 |
| Глоссарий | 465 |
| Литература | 474 |