

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Факультет экономики и права

Кафедра информатики



РЕФЕРАТ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ПОЛИТИКЕ»
НА ТЕМУ «МЕДИАЛОГИЯ»

Выполнили:
студенты группы 28Д/2018-9217
Ариунболд Мунхтуул
Савченко Татьяна Ивановна
Проверила:
кандидат экономических наук,
доцент кафедры информатики
Хачатурова Седа Сейрановна

Москва - 2019



СОДЕРЖАНИЕ

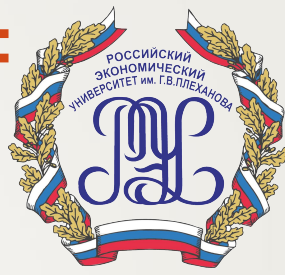
- История
- О компании
- Система
- Пользователи
- Деятельность компании
- Список интернет-источников



МЕДИАЛОГИЯ

<u>Тип</u>	<u>ООО</u>
Год основания	<u>2003</u>
Основатели	<u>IBS</u>
Расположение	<u>Россия: Москва</u>
Отрасль	Интернет технологии
<u>Продукция</u>	<u>SaaS</u>
Число сотрудников	>100 (2010 год)
<u>Сайт</u>	<u>www.mlg.ru</u>

Показатели индекс информационного благоприятствования:



1. Цитируемость определенного источника СМИ.
2. Позитивная или негативная информация.
3. Размер самой статьи, а также номер полосы, целевая аудитория (PR Value).
4. Наличие изображения, например, фотографий.
5. Определение роли: какая она, главная или же второстепенная роль.
6. Упоминание объектов в заголовках.
7. Наличие прямой речи.

ВЕБ-САЙТ СИСТЕМЫ "МЕДИАЛОГИЯ"



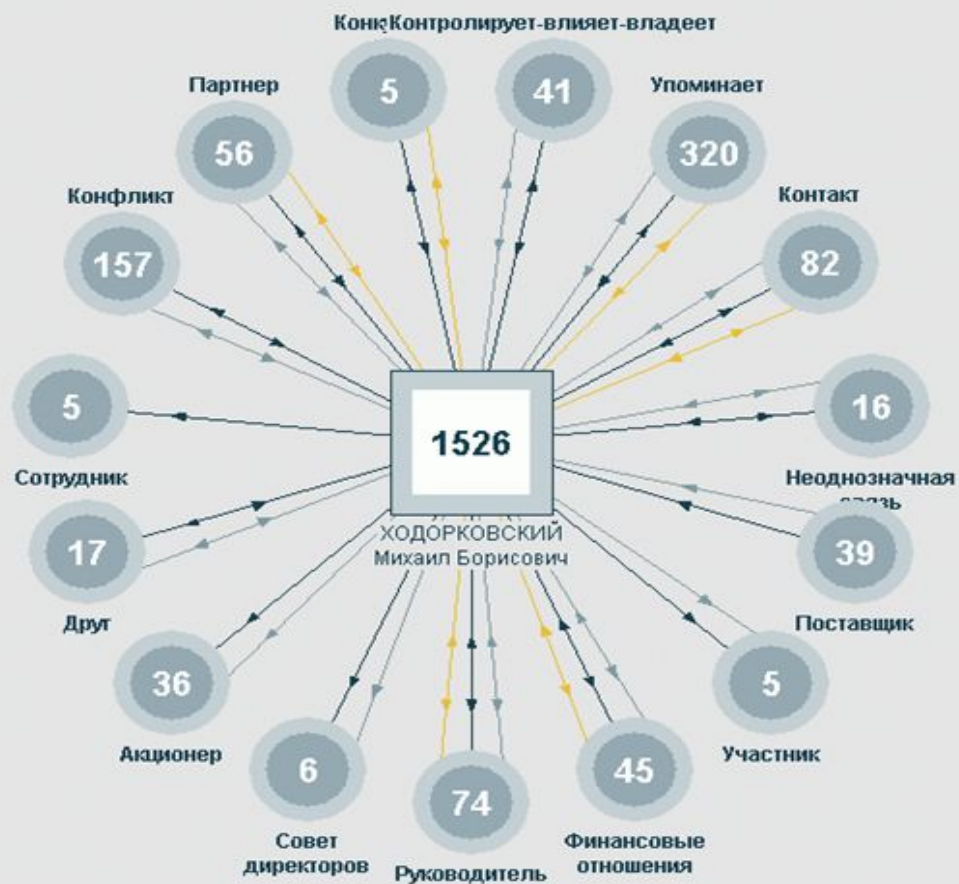
МЕДИАЛОГИЯ

Отчет № 13

Тип анализа: простой анализ; Параметры: НК ЮКОС; Временной период: За последний календарный месяц; Вид пред...
> подробнее

ХОДОРКОВСКИЙ Михаил Борисович

все связи



Статистика

Количество упоминаний	1526
Количество связей	1490
Главная роль	285
Второстепенная роль	417
Эпизодическая роль	824
Позитивных упоминаний	42
Негативных упоминаний	256
Смешанных упоминаний	41
Нейтральных упоминаний	1187
Есть прямая речь	25
Нет прямой речи	1471
Пересказ прямой речи	30

Период

- Прошое
- Настоящее
- Будущее



Выгода инвестиций обозначается аббревиатурой ROI

Return of Investments (рус. «возврат инвестиций»)

Формула:

$PR \text{ Value СМИ} = \text{Стоимость рекламной единицы} * \text{Площадь упоминания}$

ЦЕЛИ МЕДИА-ИССЛЕДОВАНИЙ



Цели медиа-исследований

Рекламодатели

- Выявление медиа-предпочтений целевой аудитории
- Выбор оптимальных медиа-носителей

Эффективная рекламная кампания

СМИ

- Создание конкурентоспособных медиа-продуктов
- Привлечение рекламодателей

Адекватное позиционирование медиа-каналов



СПИСОК ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ

1. **Александр Анохин.** Маркетинг / Как рассчитать PR Value для социальных медиа. — 30 мар в 21:36. — URL: <https://vc.ru/marketing/62998-kak-rasschitat-pr-value-dlya-socialnyh-media> (дата обращения: 15.10.2019).
2. **Медialogия.** Определены самые цитируемые российские СМИ. — MediaGuide от 13.11.10. — URL: <https://mediaguide.ru/?p=news&id=4ca18353> (дата обращения: 18.10.2019).
3. **Медialogия.** PR-агентство в г. Москве. Facebook. — URL: <https://www.facebook.com/medialogia/> (дата обращения: 18.10.2019).
4. **«Новости под микроскопом».** — Журнал «Секрет Фирмы» № 9 (301) от 13.09.2010). — URL: <https://expert.ru/2012/10/10/pod-mikroskopom/> (дата обращения: 18.10.2019).
5. **Официальный сайт компании «Медialogия».** — URL: <https://www.mlg.ru/> (дата обращения: 15.10.2019).