

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/213921>

Тип работы: Реферат

Предмет: Масс-медиа

Table of Contents

ГЛОССАРИЙ 3

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ 5

1 Медиа-спрос и потребление в России 5

2 Медиа-спрос и потребление в США 11

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 14

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 16

1. ГЛОССАРИЙ

Адресат медиа – представитель целевой аудитории, на привлечение внимания которого направлено то или иное медийное сообщение.

Агрегатор – сервис, собирающий по определенным критериям и предоставляющий в удобном формате информацию для пользователя. Одна из распространенных моделей монетизации – процент от сделки между пользователем и продавцом.

Геймификация – использование технологий игризации для привлечения и удержания пользователей.

Индекс медиаактивности рассчитывается по формуле баланса: [доля тех, кто отмечает увеличение активности – доля тех, кто отмечает снижение активности]

Подкаст – аудио-передача, выпускаемая периодически на одной из цифровых площадок, предназначенных для распространения аудио-информации.

A/B тестирование – проведение сравнения показателей двух версий сайта, лендинга или настроек рекламной кампании.

1. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

а. 1 Медиа-спрос и потребление в России

Проникновение интернета в России достаточно высокое. За период июль-сентябрь 2021 г. аудитория интернета в месяц составила в среднем 100, 2 млн., что примерно на 5 млн. человек больше аналогичного периода прошлого года. Таким образом, хотя бы один раз в месяц среди аудитории страны старше 12 лет в интернет выходит 78,1% населения. В среднем в течение дня 92,4. [4]

Проникновение интернета в России среди более молодого населения (до 44 лет) в 2020 году составило более 90%, а среди наиболее молодой группы (12-24 лет) приблизилось к 100%. В возрастной группе 45-54 лет интернетом хотя бы раз в месяц пользовались 84,2%, а среди старших жителей страны (55+ лет) в интернет регулярно выходит около половины – 49,7%. [1]

Время в интернете среди россиян составило в среднем около 7:52 минут в день, в соц. сетях – 2:28 [2]

Около 60% пользователей совершили хотя бы одну покупку есом за 1 месяц. Этот показатель один из самых низких в мире [2]

На октябрь 2020 г, согласно исследованию Deloitte [6] средний индекс медиа активности увеличился на 23% по сравнению с прошлым годом, при этом наибольший прирост показал Интернет.

На рис. 1 показана выручка сегментов российской индустрии развлечений и СМИ – прогнозные значения на 2021г, фактические на 2016г.

Рис. 1 Выручка сегментов российской индустрии развлечений и СМИ

Около одной трети рынка медиа занимает рынок рекламы.

Среднегодовые темпы роста в 2016–2021 гг. (%):

Киберспорт 29,7; интернет-реклама 12,3; Видеоигры 9,1; Киноиндустрия 8,4; Издание журналов 2,8; тв реклама 2,4; муз индустрия 1,0; радио 0; наружная реклама -0,1; газеты -9,1.

Максимальное сокращение происходит на газетном рынке -5,2% в год. Рекламодатели уходят из газет.

Пользователи интернета предпочитают бесплатные он-лайн издания и готовы «платить» потреблением рекламы на этих ресурсах. Формат платной подписки на новостной контент в России практически не

развит. Сегмент наружной рекламы сокращается и будет продолжать снижение -0,1%. [5]
Драйвером роста остается реклама на мобильных устройствах. Темп прироста в год составляет около 18%. Также динамично развивается платформа Smart TV. Учитывая то, что потребителям важны все платформы, бренды будут запускать координированные кампании на разных платформах.» [5]
Для понимания рынка необходимо понимание аудитории. Отличие интернет-каналов от традиционных офлайн и телевидения в возможности сбора более глубокой и детальной статистики, которая доступна и обычному рекламодателю из панелей сервисов Яндекс.Метрики и Google Analytics.

Некоторые основные черты аудитории Интернет:

- наибольший процент составляют рабочие 24%, пенсионеры 16% и специалисты 14%.
- по полу и возрастам аудитория разделена примерно в равных долях, но лидируют женщины 55+ - 14,6%
- уровень доходов семьи превалирует средний
- наибольшее количество времени в интернете проводят подростки 12-24 года - 220 мин.[4]

Среди всех сегментов наиболее динамично развиваются рынки виртуальной реальности и киберспорта при среднегодовых темпах роста 71,5% и 33,2% соответственно. Традиционные сегменты постепенно насыщаются, и это дает возможность для развития новых технологий.[5]

b.

с. 2 Медиа-спрос и потребление в США

В индексе глобального развития интернета GIDI в 2020 году США занимают лидирующую позицию, наряду с Китаем и Германией. «Анализ осуществлялся с учетом шести ключевых параметров - инфраструктуры, инновационного потенциала, общего отраслевого развития, интернет-приложений, кибербезопасности и управления интернетом.» [8]

Также США занимают топовые позиции в рейтинге по таким параметрам, как информационная инфраструктура, кибербезопасность, самому высокому инновационному потенциалу, по показателю отраслевого развития. Россия по всем этим показателям находится примерно на 30-35 местах. Количество пользователей, использующих для выходы в интернет компьютеры и телефоны примерно равно (Рис. 3). Однако, количество пользователей смартфонов постепенно растет год от года темпами примерно 1,5% в год.

Время, проведенное в интернете, на 2021г. среди американцев составило в среднем около 7:01 минут в день, в соц. Сетях - 2:07, что практически меньше на 1 час для интернета total и 20 минут для соц.сетей [2]

Самые популярные соц. сети представлены на Рисунке 4.

Рис. 4. Самые популярные соц.сети

3. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

4. Аудитория интернета в России в 2020 году. Отчет Mediascope. 12.01.2021 / URL:

<https://mediascope.net/news/1250827>. (Дата обращения: 30.11.2021)

5. Вся статистика интернета и соцсетей на 2021 год — цифры и тренды в мире и в России / URL:

<https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii>. (Дата обращения: 28.11.2021)

6. Индекс глобального развития интернета GIDI в 2020 году возглавили США, Китай и Германия/ URL:

<https://nangs.org/news/it/indeks-globalnogo-razvitiya-interneta-gidi-v-2020-godu-vozglavili-ssha-kitay-i-germaniya>(Дата обращения: 30.11.2021)

7. Общая аудитория интернета / URL: <https://webindex.mediascope.net/general-audience>. Отчет Mediascope.

(Дата обращения: 30.11.2021)

8. Отчет Pwc <https://www.pwc.ru/ru/assets/media-outlook-2017-rus.pdf>

9. Отчет Delloit <file:///Users/tatianabesprozvannykh/Downloads/mediapotreblenie-v-Rossii-2020.pdf> (Дата обращения: 29.11.2021)

10. Топ-10 ресурсов. Отчет Mediascope / URL: <https://webindex.mediascope.net/top-resources> (Дата обращения: 29.11.2021)

11. Internet Report / URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-united-states-of-america> (Дата обращения: 29.11.2021)

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/213921>