**Техническое задание на создание макроса для ПБА отчетов**

1. На 2 листа изначально вставляются 2 одинаковые выгрузки, отличающиеся только по рейтингам (**spot flight** и **spot for postcampaign**). Это нужно, поскольку некоторые телеканалы делают свои отчеты по одному методу, а другие по второму. Соответственно, необходима опция, которая позволит определить у каждого канала метод расчета. Например, вывести кнопкой на отдельный лист **сhannels** все телеканалы, которые встречаются в выгрузке, а затем проставить рядом с ними тот или иной параметр. Затем слить эти выгрузки воедино таким образом, что например «НТВ», «ТВ ЦЕНТР», «ТНТ» будут взяты из листа **spot flights**, а все остальные каналы будут взяты со второго листа **spot for postcampaign**. В данный момент по умолчания нами взято правило делать это по spot for postcampaign, но ситуация на рынке может менять, и вместе с ними и правила, поэтому опцию выбора необходимо иметь.
2. В выгрузке есть одна целевая аудитория (All 25-45 BC), оставшиеся - это баинговые аудитории телеканалов. TVR и Stand. TVR на целевую аудиторию берем с листа **spot flight** и добавляем в готовую таблицу как TRP и TRP 30” соответственно. На листе **channels** отмечаем у какого канала какая баинговая аудитория (желательно выбор этих аудиторий произвести из имеющихся в выгрузке – выпадающим списком или как-то еще), чтобы сделать в готовой таблице рядом c TRP колонки GRP и GRP 30”, в которых будут соответствующие каждому каналу баинговые рейтинги.
3. Следующая операция – замена «нулевых» выходов. Под «нулевым» выходом понимается рейтинг GRP 30”, который меньше определенного порога. У каждого канала свой порог. Например, у «Первого канала» все значения GRP 30”, которые меньше или равны 0,3 заменяются на 0,3. Соответственно, на листе **channels** добавляется очередная колонка, которая определяет данные пороги. Замена нулей относится только к баинговым рейтингам, т.е. GRP 30”. Обычные GRP считаются по формуле

где Clip expected duration берется из соответствующей ячейки одноименной колонки.

1. Проставление прайм-тайма. Здесь опять же у каждого канала может быть свое правило. Чаще всего, это выглядит таким образом:
   1. Прайм - праздники и выходные полностью и рабочие дни с 19:00:00 до 23:59:59
   2. Офф-прайм – всё остальное (т.е. рабочие с 24:00:00 до 18:59:59)

Бывает, что понятие прайм-тайм на канале отсутствует, и Праймом считается всё. Технически это все дни с 5:00:00 до 29:00:00. Опять же на вкладке **channels** указываем правила для каждого канала. Для прайма нужна дополнительная колонка в готовой таблице. Тип дня (Day type) и время начала ролика (Clip start time) есть в выгрузках.

1. В выгрузках есть параметр Region. Данный пример содержит выгрузки по национальному ТВ, и в регионе стоит «СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ». При отчетах по регионам, скорее всего, необходим параметр «Регион» и на листе **channels**, т.к. в разных регионах по одним и тем же каналам могут быть разные правила замен нулей, прайма и т.д.
2. Summary. На выходе вполне достаточно готовой таблицы с 4 колонками статистик:
   1. TRP и TRP 30”, которые будут взяты с листа spot flights, без замен нулей
   2. GRP и GRP 30”, которые будут взяты с того листа, как укажет пользователь, и каждому каналу будет присвоен рейтинг по той баинговой аудитории, как укажет пользователь. По эти 2 колонкам рейтинги корректируются в соответствии с правилами замены нулей.

При возникновении любых вопросов, можно связаться со мной по телефону +7 (925) 111-65-13 и по электронной почте [norsoyan@ya.ru](mailto:norsoyan@ya.ru). За любые неточности и непонятности заранее прошу прощения. ☺

Сурен.