

7.1 ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Важнейшие тенденции современного развития рынка связей с общественностью.

1. Обзор развития рекламной индустрии по всему миру в 1980-1990-е годы.
2. Этапы развития и сложности формирования современного рынка рекламы и PR-услуг.
3. Рассмотрение основных тенденций развития рынка рекламы и PR-технологий.
4. Национальный рынок рекламы.

Термины: рынок рекламы, экономическая система, рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребитель рекламы, глобализация, интеграция, концентрация, сеть, диверсификация.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Как менялось восприятие рекламной деятельности в мировом масштабе с момента ее становления.
 - Состояние современного рынка рекламы в мире.
 - Игроки рекламного рынка.
 - Законодательная база национального рынка рекламы.

Литература: [1 – С.33-40; 2 – С.1-6; 3 – С.13-25].

Тема 2. Источники информации о рынке рекламы и PR-услуг.

1. Понятие и виды рекламной информации.
2. Рекламное исследование.
3. Современный взгляд на информацию как инструмент рекламного исследования.
4. Источники информации национального рынка рекламы и PR-услуг.

Термины: первичная информация, вторичная информация, рекламное исследование, целевая аудитория, рекламное мероприятие, товар, потребитель, медиаканал, рекламная продукция, рекламная кампания.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Сравнительный анализ первичной и вторичной рекламной информации;
 - Рекламное исследование как этап рекламной кампании;
 - Состояние рынка рекламы через разные каналы информации;
 - Информационная база современного национального рынка рекламы.

Литература: [1 – С.49-60; 2 – С.3-14].

Тема 3. Структура отечественного рынка рекламы и PR-услуг.

1. Взаимодействие субъектов рекламного рынка.
2. Совокупность отдельных рынков в общей рыночной рекламной системе.
3. Понятие отечественного рынка рекламы.
4. Исследование современного отечественного рынка рекламы.
5. Методы исследования рынка: количественные и качественные.

6. Рассмотрение международных и российских ассоциаций на рынке PR.

Термины: рекламное сообщение, субъект, отечественный рынок рекламы, потребитель рекламы, рынок креатива, рынок размещения рекламы, кабинетное и полевое исследование, опрос, наблюдение, эксперимент, фокус-группа.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Влияние сезонности бизнеса на рынок PR-услуг;
 - Обзор рыночных субъектов PR-услуг: прямые, косвенные, опосредованные;
 - Разобрать структуру рынка PR-услуг;
 - Обзор российских и украинских профессиональных конкурсов в сфере рекламы и

PR.

Литература: [1 – С.42-56; 2 – С.1-6; 3 – С.30-35].

Тема 4. Динамика развития отечественного рынка рекламы и PR-услуг.

1. Особенности динамики развития рекламного рынка в России.
2. Особенности динамики развития рекламного рынка в Украине.
3. Сравнительная характеристика этапов развития рынка рекламы в соседних странах.
4. Концепция PR как отдельного рынка.
5. Луганская Народная Республика в системе развития рынка рекламы.
6. Проблематика развития отечественного рекламного рынка в 2013-2015 г.
7. Наиболее популярные направления PR-деятельности.

Термины: PR-сопровождение, бренд, кризисные коммуникация, внутренние коммуникации, Digital коммуникации, брендинг, кросс-отраслевые услуги, блогосфера, интернет, конкуренция, рекламное агентство, рекламная коалиция.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Актуальные вопросы и проблемы развития PR на отечественном пространстве;
 - Конкуренция в рекламной сфере Луганской Народной Республики;
 - Рекламное исследование состояния современного рекламного рынка;
 - Определение тенденций развития популярных направлений PR-деятельности.

Литература: [1 – С.35-43; 2 – С.1-6; 3 – С.15-28].

Тема 5. Особенности развития рынка рекламы и PR-услуг в сравнении с западным рынком.

1. Обзор этапов формирования западного рынка рекламы и PR-деятельности.
2. Тенденции эволюции рекламных коммуникаций 2007-2010г.
3. Взаимодействие влияния экономического кризиса на рекламную сферу страны.
4. Особенности менталитета и культуры, их влияние на рекламную сферу.
5. Тенденции развития современного западного рынка рекламы и PR-услуг.
6. Сравнительная характеристика рынка рекламы ЛНР с западным рынком.

Термины: экономический кризис, профессиональные ассоциации, кризис, мировой рынок, дигитализация, интернетизация, экономическая нестабильность, клиентский запрос, PR-бизнес, публичное пространство, тренд, кризисный период, фрилансер.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Проблемы мировой индустрии рекламного рынка.
 - Развитие отраслевых PR-коммуникаций западных стран.
 - Цифровые коммуникации западного рынка как инструмент влияния на отечественный рынок рекламных услуг.
 - Влияние западного рекламного рынка на состояние современных PR-услуг.

Литература: [1 – С.1-4; 2 – С.1-8; 3 – С.1-6].

Тема 6. Глобализация PR и Интернет как факторы развития рынка рекламы и PR.

1. Тенденции развития рекламы на сегодняшний момент.
2. Современный рекламный рынок как часть мировой экономики.
3. Понятие глобализации рекламной индустрии.
4. Факторы влияющие на процесс глобализации.
5. Интернет в системе глобализации мирового современного рынка рекламы.

Термины: глобализация, современный рекламный рынок, интеграция, стандартизация, конкуренция, технический прогресс, маркетинговая программа, коммуникационное воздействие, паблисити, медиасредства, темп, индекс доверия, интернет-маркетинг, контекстная реклама, SEO.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Особенности современного рынка рекламы и PR-услуг.
 - Технический прогресс в сфере современных коммуникаций.
 - Что такое эффективная реклама в интернет.
 - Сравнительная характеристика онлайн и оффлайн инструментов развития рынка рекламы.

Литература: [1 – С.35-68; 2 – С.21-47].

Тема 7. Перспективы развития рынка

1. Специфика регионального рынка рекламы и PR-услуг.
2. Характеристика этапа современного развития мирового и национального рынка рекламы.
3. Тенденции развития популярных направлений рекламной деятельности.
4. Перспективы развития рынка рекламных услуг в Луганской Народной Республике.

Термины: стадии роста, рыночные отношения, перспектива, «черный пиар», политтехнология, социум, стратегия, репутационный менеджмент, корпоративная культура, экономический кризис, внутрикорпоративные связи, аутсорсинг, торговая марка, контент-маркетинг, рекламные агентства полного цикла, digital-агентства, SMM-агентства, креативные агентства, брендинговые агентства, BTL-агентства.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Профессия рекламиста в современной рекламной сфере.
 - Перспективные направления рынка рекламных и PR-услуг.
 - Перспективы развития рынка коммуникационных услуг в Луганской Народной Республике.

Литература: [[1](#) – С.1-4; [2](#) – С.1-6; [3](#) – С.1-8].