

СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных рефератов.

СР включает следующие виды работ:

- работа с учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, реферата по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к семинарским занятиям;
- практико-ориентированные задания;
- конспектирование первоисточников, изучение научной, учебно-методической литературы;
- моделирование содержания темы: составление структурно-логических схем, таблиц, создание графиков, рисунков и т.п.
- подготовка к экзамену в 2-м семестре.

7.1 ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Современный рынок медиапроектов: структура, тенденции, перспективы.

1. Рынок современных медиапроектов.
2. Структура рынка медиапроектов.
3. Тенденции и перспективы рынка медиапроектов.

Термины: рынок медиапроектов, структура, бриф, тендер, тендерное предложение.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Охарактеризуйте структуру рынка современных медиапроектов.
 - Опишите процесс составления, основные разделы и принципы коммерческого предложения как первого этапа работы над проектом.
 - Охарактеризуйте тенденции и перспективы рынка медиапроектов.

Литература: [\[1 – С.38-53; 2 – С.120-129; 3 – С.98-112; 4 – С.138-156\]](#).

Тема 2. Медиапроект и его окружение.

1. Медиапроект .Коммуникация с внутренней аудиторией.
2. Методы повышения эффективности посредством DIGITAL–коммуникации.
3. Коммуникация с внешней аудиторией.
4. Создание системы обратной связи для общественности.

Термины: управление, внутренняя общественность, внешняя общественность, персонал, поставщик, акционер, потребитель, информационный инструмент, мониторинг,

пресс-релиз, пресс-конференция, брифинг, пресс-тур, медиа сопровождение, презентация, прием, круглый стол, дискуссия, выставка, псевдособытие, сэмплинг, информационная война.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Опишите особенности работы с внутренней общественностью;
 - Опишите процесс создания внутренних информационных поводов в целях повышения эффективности работы рекламного агентства;
 - Опишите особенности работы с внешней общественностью;
 - Проанализируйте систему обратной связи для общественности рекламного агентства;
 - Оцените важность создания внешнего имиджа рекламного агентства.

Литература: [[1 – С.266-289](#); [2 – С.328-330](#); [3 – 98-112](#)].

Тема 3. Основные методы проектного анализа.

1. Проектный подход к разработке рекламной кампании.
2. Понятие проекта и его структура.
3. Этапы рекламного проекта.

Термины: клиент, рынок, рекламный рынок, торговая марка, конкуренция, конкурентные преимущества, конъюнктура, корпоративная реклама, торговая марка, рекламная кампания, рекламный проект.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Дайте определение и распишите структуру рекламной кампании;
 - Опишите этапы проведения рекламной кампании;
 - Дайте определение и распишите этапы рекламного проекта.

Литература: [[1 – С.60-68](#); [2 – С.120-129](#); [3 – С.11-41](#)].

Тема 4. Экспертная оценка в системе управления медиапроектом.

1. Управление медиапроектом.
2. Экспертная оценка медиапроекта.

Термины: управление, эксперт, экспертная оценка., прикладная задача, бюджет, план менеджер по работе со СМИ, PR-продюсер.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Обозначьте основные функциональные обязанности эксперта;
 - Изобразите и опишите стандартную схему экспертной оценки медиапроекта.

Литература: [[1 – С.38-53](#); [2 – С.120-129](#); [3 – С.98-112](#); [4 – С.138-156](#)].

Тема 5. Правовые аспекты управления медиапроектами.

1. Правовое обеспечение рекламной деятельности.
2. Медиапроекты.
3. Специфика управления медиапроектами.

Термины: медиапроекты, управление медиапроектами, правовое обеспечение.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Перечислите основную правовую документацию, обеспечивающую деятельность в медиaprостранстве.
 - Опишите основные ограничения при управлении медиапроектами.

Литература: [[1 – С.380-400](#); [2 – С.38-43](#)].

Тема 6. Информационно-коммуникационные технологии в управлении медиапроектами.

1. Оценка эффективности маркетинговых интернет-коммуникаций.
2. Современные тенденции развития цифровых коммуникаций.
3. Digitalindoog интерактивные экраны. Мобильная реклама.
4. CRM как инструмент автоматизированного решения маркетинговых задач.

Термины: мобильная реклама, плагин, конверсия, DNS,CRM.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Проанализировать плагины интегрирования сайта с социальными сетями.

Литература: [[1 – С.60-68](#); [2 – С.120-129](#)].

Тема 7. Управление коммерческими проектами в интернете.

1. Performance-маркетинг. Направления развития бизнеса.
2. Стадии процесса управления проектами в Интернете
3. Определение приоритетных категорий клиентов.

Термины: performance-маркетинг, онлайн-, офлайн- канал, бизнес, контракт, рекламная стратегия, клиент.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Performance-маркетинг.
 - Продвижение в онлайн- каналах.

Литература: [[3 – С.11-41](#)]

Тема 8. Креативный подход к управлению медиапроектами в сети Интернет.

1. Маркетинговый раздел в медиапроектировании.
2. Медийный раздел рекламной стратегии.
3. Стратегия BTL-коммуникаций.

Термины: управление, медиакоммуникации, рекламная стратегия, BTL-коммуникация.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Проанализировать технологии отслеживания конверсий на сайтах и в социальных сетях.
 - BTL-коммуникация.

Литература: [[4 – С.50-73](#)]

Тема 9. Функциональная эффективность медиапроекта.

1. Медиапроект в рекламе и PR.
2. Эффективность медиапроекта.

Термины: медиапроект, эффективное управление, прикладная задача, бюджет, план мероприятий, PR-продюсер, дизайнер.

Выполнить:

3. Систематизировать и закрепить знания по теме.
4. Темы творческих работ:
 - Обозначьте основные характеристики медиапроекта.;
 - Какие принципы влияют на эффективность медиапроекта;
 - Медиапроекты в современной рекламе и PR.

Литература: [[1 – С.38-53](#); [2 – С.120-129](#); [3 – С.98-112](#); [4 – С.138-156](#)].

Тема 10. Научный подход к проектному творчеству.

1. Общая схема управления проектами.
2. Цели, задачи и функции проектного отдела.

Термины: проект, проектный отдел, регламент.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Перечислите основную правовую документацию, обеспечивающую деятельность проектного отдела.
 - Опишите основные ограничения в работе проектного отдела.

Литература: [[1 – С.380-400](#); [2 – С.38-43](#)].

Тема 11. Условия успешной работы творческой группы.

1. Состав творческой группы в создании медиапроекта
2. Оценка эффективности работы творческой группы в создании медиапроекта.
3. Современные тенденции развития цифровых коммуникаций.

Термины: творческая группа, эффективности работы, мобильная реклама, плагин, конверсия.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Проанализировать творческую группу в создании медиапроекта на примере рекламного агентства ЛНР.

Литература: [[1 – С.60-68](#); [2 – С.120-129](#)].

Тема 12. Интернет-редакция как главное действующее лицо в управлении медиапроектами в сети.

1. Понятие «интернет-редакции».
2. Управление медиапроектами в сети.
3. Роль интернет-редакции в управлении медиапроектами в сети.

Термины: интернет-редакция, управление, управление медиапроектами, клиент.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Охарактеризуйте состав интернет-редакции.
 - Проанализируйте роль Интернет-редакции в управлении медиапроектами в сети.

Литература: [[3 – С.11-41](#)]

Тема 13. Классификация интернет-редакций.

1. Виды Интернет-редакции.
2. Стратегия развития современных Интернет-редакций.

Термины: виды Интернет-редакции, стратегия, медиапространство.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Охарактеризуйте виды современных интернет-редакции.
 - Опишите стратегии развития современных Интернет-редакций.

Литература: [[4 – С.50-73](#)]

Тема 14. Структура и кадровый состав интернет-редакции.

1. Кадровый состав интернет-редакции.
2. Современные тенденции развития интернет-редакции.

Термины: кадровый состав, интернет-редакция, редактор.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Проанализировать кадровый состав интернет-редакции.
 - Опишите тенденции развития интернет-редакции.

Литература: [[1 – С.60-68](#); [2 – С.120-129](#)].

Тема 15. Организация работы в управлении медиапроектами в интернете.

1. Медиапроекты в интернете.
2. Стадии процесса управления медиапроектами.
3. Управление медиапроектами в интернете.

Термины: медиапроект, бизнес, управление, клиент.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Управление медиапроектами в интернете.
 - Продвижение в онлайн- каналах.

Литература: [[3 – С.11-41](#)]

Тема 16. Построение взаимоотношений участников процесса управления медиапроектами.

1. Стратегия коммуникаций в управлении медиапроектами.
2. Подписание контракта и передача медиапроекта в реализацию.

Термины: контракт, медиапроект, стратегия коммуникации, управление медиапроектами.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Проанализировать медиапроекты ЛНР.
 - Охарактеризуйте управление медиапроектами.

Литература: [[4 – С.50-73](#)]

Тема 17. Категории эффективности медиапроектов в сети Интернет.

1. Кликабельность рекламы (CTR).
2. Конверсия посетителей в покупатели (СТВ).
3. Определение приоритетных категорий клиентов.

Термины: контракт, рекламная стратегия, ВТЛ-коммуникация.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Проанализировать технологии отслеживания конверсий на сайтах и в социальных сетях.
 - ВТЛ-коммуникация.

Литература: [[4 – С.50-73](#)]