

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты
предпринимателя»(РИЗП)

Утверждаю
Ректор института

_____ А.А. Паршина

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по организации самостоятельной работы студентов и проведению
практических (семинарских) занятий
по дисциплине (модулю)

Организация и проведение
коммуникационной кампании
(наименование дисциплины (модуля))

Код и наименование направления	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
подготовки	
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

Тема 1. Основные понятия и общая характеристика рекламы и связей с общественностью

Задания для семинарского занятия

1. Понятие и определения рекламы и связей с общественностью.
2. Субъекты и объект рекламы и связей с общественностью.
3. Формы рекламы и связей с общественностью.
4. Место рекламы и связей с общественностью в маркетинговых коммуникациях.

Задания для самостоятельной работы

1. Цели и задачи рекламы и связей с общественностью.
2. Реклама и связи с общественностью – сходства и различия.
3. Направления, стратегические цели и задачи деятельности рекламных и связей с общественностью служб.

Тема 2. Классификация и характеристика рекламных кампаний и компаний по связям с общественностью.

Задания для семинарского занятия

1. Понятие, характеристика и виды рекламных кампаний и компаний по связям с общественностью.
2. Соотношение понятий PR-акция, PR-проект, и PR-кампания
3. Виды PR-кампании: типологизация по целям, по масштабу, по технологическому субъекту PR и т. д
4. Классификация по географическому принципу.
5. Классификация по используемым СМИ.
6. Классификация по выбору целевой аудитории. Классификация по целевому принципу.
7. Классификация PR: политический PR, торговый PR, медиа PR.

Задания для самостоятельной работы

1. Комплексная рекламная кампания и PR-кампания: коммуникативная общность, целевое и функциональное различие
2. Неклассическая классификация PR: белый PR, черный PR, серый PR, кровавый PR, PR цвета хаки, желтый PR и зеленый PR.

Тема 3. Разработка стратегии коммуникационных кампаний.

Задания для семинарского занятия

1. Первый этап кампании – исследование.
2. Второй этап – разработка стратегии и тактики. Определение целевой и ключевой аудиторий. Главные и промежуточные слоганы.
3. База данных целевых СМИ и выбор каналов коммуникации.
4. Подбор информационных спонсоров. Специальные мероприятия. Факторы места и времени.
5. Подготовка сценария и выбор модераторов. Финансовые аспекты PR- кампании.
6. Взаимосвязь маркетинговых стратегий и стратегий в сфере рекламы и связей с общественностью. Влияние стадии ЖЦТ на стратегию построения рекламных кампаний и компаний по связям с общественностью
7. Виды стратегий в рекламе и связях с общественностью.

Задания для самостоятельной работы

1. Стратегии и алгоритмы построения рекламных кампаний и компаний по связям с общественностью
2. Разработка концепции. Выбор средств и каналов распространения информации.
3. Создание обращения. Стратегии обращения и позиционирования.

- 4.Рационалистическая и эмоциональная реклама.
- 5.Стратегия «винтовки» и «концентрации».
- 6.Пульсирующая, аффективная и резонансная стратегии.

Тема 4. Планирование и бюджетирование рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью.

Задания для семинарского занятия

- 1.Виды рекламных кампаний.
- 2.Рекламные агентства и их функции
- 3.План маркетинга, план маркетинговых коммуникаций и план рекламы.
- 4.Этапы планирования. Определение целей. Определение целевой аудитории.
- 5.Определение бюджета. Выбор исполнителей. Рекламные агентства.
- 6.Составление обращения. Предтестирование.
- 7.Составление плана рекламных кампаний.
- 8.Разработка рекламной концепции и ее формата.
- 9.Определение объекта (адресата) и субъекта рекламы.
- 10.Разработка мотива (УТП) рекламы. Выбор средств распространения рекламы. Проведение кампании. Посттестирование.
- 11.Стратегическое планирование. Связь стратегического планирования, годового и квартального бизнес - планирования и планирования кампаний.
- 12.Бизнес-план как важнейшая часть планирования.
- 13.Медиапланирование: особенности, основные показатели. Медиа-аспект стратегии.
- 14.Виды данных и показатели, используемые в медиапланировании. Медиа-обсчет, его основные параметры.
- 15.Бюджет кампании. Определение общего объема бюджетных средств, ассигнуемых на коммуникационную кампанию в целом.

Задания для самостоятельной работы

- 1.Предварительный план рекламной кампании.
- 2.Концепция рекламных обращений.
- 3.Долгосрочное, среднесрочное, краткосрочное, текущее и оперативное планирование. Тактическое планирование.
- 4.Медиакарта, ее продуктивное использование. Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации.
- 5.Составление рекламного сообщения (объявления): слогана, текста, иллюстраций, носителей рекламы, музыкального сопровождения и т.д.
- 6.Установление графика рекламных выступлений.
- 7.Распределение средств бюджета кампании по статьям расходов.
- 8.Способы расчета бюджета.

Тема 5. Особенности проведения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью в различных сферах.

Задания для семинарского занятия

- 1.Проведение рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью: в сфере услуг (банки, бытовые услуги, общественное питание, розничная торговля, туризм, медицина, риэлтерские услуги и т.д.), в сфере товаров потребительского назначения (табачные изделия, кондитерские изделия, бытовая техника, книги, спортивные товары и т.д.) и на рынке B2B.
- 2.Особенности рекламы и связей с общественностью в государственном управлении, в коммерческой сфере и их особенности.
- 3.Специфика проведения антикризисных кампаний.

4. Кампании в сфере шоу-бизнеса, в избирательный период, в сфере социального брендинга.

Задания для самостоятельной работы

1. Экономические кампании как способ инвестиционной привлекательности.
2. Связи с общественностью на фондовом рынке, в реальном секторе экономики и их субъекты.
3. Раскрытие информации о компании.
4. Акценты в работе с финансовой информацией.
5. Инвестиционная привлекательность региона.

Тема 6. Основные виды мероприятий, их подготовка и проведение.

Задания для семинарского занятия

1. Мероприятия для СМИ, презентации товаров/услуг, открытие мест реализации товаров/услуг, приемы, семинары, конференции, выставки, ярмарки.
2. Благотворительность и спонсорство, специальные оригинальные мероприятия, мероприятия с использованием баз данных.
3. Современные технологии в кампаниях по связям с общественностью.
4. Международные PR-кампании.
5. Проведение коммуникационного мероприятия в сфере профессиональной деятельности (круглый стол, выставка, фестиваль и др.)
6. Менеджмент мероприятия: планирование, организация, мотивация, контроль, координация коммуникационных процессов.
7. Создание программы продвижения, выбор целевых аудиторий.
8. Основные требования к месту проведения мероприятия. Оформление помещения. Организация пространства
9. Соответствие имиджу организации, товаров, услуг, требуемая площадь дополнительные помещения, техническое оснащение, охрана, возможность организации питания и проведения планируемой программы мероприятия.

Задания для самостоятельной работы

1. Информирование общественности, подготовка материалов для СМИ.
2. Подготовка рекламной и имиджевой продукции: майки, значки, бейсболки, буклеты, растяжки, объявления.
3. Подготовка отчетов о мероприятии, определение победителей
4. Распределение ролей, формирование команд.
5. Отношения подчинения и ответственности.

Тема 7. Информирование целевых аудиторий о планируемом мероприятии.

Задания для семинарского занятия

1. Персональное и опосредованное информирование о мероприятии, использование СМИ, наружной рекламы, Интернета и других средств массовой коммуникации.
2. Подготовка и рассылка персональных приглашений, составление и корректировка списка приглашаемых, контроль эффективности мер по информированию о мероприятии.
3. Представление информации на мероприятии. Разработка и реализация сценария (программы) мероприятия, технические требования в зависимости от программы мероприятия, подготовка и координация выступлений и выступающих, раздаточные материалы, сувениры, оформление помещений рекламными материалами участников и спонсоров

Задания для самостоятельной работы

1. Основные требования к приглашению на мероприятие
2. Разработка и реализация сценария (программы) мероприятия,

3. Технические требования в зависимости от программы мероприятия,
4. Подготовка и координация выступлений и выступающих,
5. Раздаточные материалы, сувениры, оформление помещений рекламными материалами участников и спонсоров.

Тема 8. Технологии проведения рекламных кампаний и кампаний связей с общественностью.

Задания для семинарского занятия

1. Понятия технологии рекламы и технологии рекламных кампаний и кампаний связей с общественностью.
2. Определение и сущность технологий кампаний.
3. Модульные технологии в реализации кампаний. Общие признаки. Модульные технологии в рекламной практике.
4. Гуманитарные технологии (и социально-коммуникативные технологии в области связей с общественностью).
5. Характеристика, область преимущественного применения, особенности основных технологий кампаний: медиа-рилейшнз, спонсорство, фанд-рейзинг, формирование имиджа, специальные события и мероприятия PR, внутрифирменный PR и другие.
6. Структура современного информационного рынка.
7. Планирование кампании и оценка результатов

Задания для самостоятельной работы

1. Выявление целевой аудитории, семантическая дифференциация, рекламная идея, слоган, символика.
2. Схема организации рекламных мероприятий.
3. Определение целей кампании и выявление контактных групп.
4. Основные понятия и категории применяемого маркетинга.
5. Комплекс коммуникаций маркетинга.
6. Формирование стратегии. Постановка задачи.

Тема 9. Организация и управление коммуникационными кампаниями и кадровый подбор для их проведения.

Задания для семинарского занятия

1. Рекламная служба как составная часть маркетинга организации.
 2. Заказчики рекламы. Разработчики рекламы.
 3. Организация взаимодействия участников рекламного процесса и договорное регулирование их отношений.
 4. Понятие кадровой работы. Требования к персоналу. Понятие и виды корпоративных регламентов.
 5. Роль рекламного менеджмента в управлении проектами.
 6. Функции менеджера по работе с клиентами
 7. Профессиограмма специалиста по связям с общественностью.
 8. Профессиональные обязанности и качества специалиста по рекламе.
 9. Должностные инструкции специалистов по рекламе и связям с общественностью.
- Квалификационные характеристики должности: менеджера по рекламе, специалиста по связям с общественностью, начальника отдела по связям с общественностью и рекламе

Задания для самостоятельной работы

1. Роль регламентации трудовых функций служащих различных категорий для формирования единых стандартов подбора персонала
2. Профессиональные навыки сотрудника отдела рекламы и общественных связей.
3. Информационно-коммуникационные технологии в управлении рекламными проектами

Тема 10. Контроль и оценка эффективности коммуникационных кампаний.

Задания для семинарского занятия

1. Виды контроля кампаний.
2. Контроль эффективности рекламной кампании. Аудит и мониторинг рекламы.
3. Экономическая оценка эффективности проведенных кампаний. Основные формулы расчета эффективности рекламы.
4. Коммуникативная эффективность проведенных кампаний.
5. Основные критерии: узнаваемость; запоминаемость; притягательная сила; агитационная сила сообщения.

Задания для самостоятельной работы

1. Оценка эффективности расходов на рекламу, ее влияния на рост объемов продаж, увеличение рыночной доли.
2. Компаративный анализ эффективности рекламы с конкурентами.