

**РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ
САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ»
VII СЕМЕСТР**

Тема 1. Маркетинговые коммуникации: сущность, цели и функции

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Какова роль коммуникаций в маркетинге.
 2. Задачи и функции маркетинговых коммуникаций.
 3. Маркетинг, менеджмент и социальное управление: сходство и отличие.
 4. Целевая аудитория коммуникаций.
 5. Элементы маркетинговых коммуникаций. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.
3. Составить глоссарий основных понятий по теме.
4. В чем заключается особенность маркетинговых коммуникаций в сфере культуры от других сфер жизнедеятельности?

Литература: [1, 3, 8, 9.]

Тема 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Понятие рекламы.
 2. Закон ЛНР «О рекламе».
 3. Отличие рекламы от ПР-деятельности.
 4. Цели и задачи рекламы.
 5. Виды рекламы.
 6. Специфика рекламы как элемента маркетинговых коммуникаций в учреждениях культуры.
3. Подготовить доклад: Корпоративная философия учреждений культуры (по выбору студента).

Литература: [1, 2, 3, 8]

Тема 3. Реклама в печатных СМИ и сети Интернет

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Специфика рекламы в печатных СМИ.
 2. Характеристика периодической печати как канала массовой коммуникации.
 3. Основные формы организации рекламного послания.
 4. Специфика рекламы в сети Интернет.
 5. Характеристика сети Интернет как канала массовой информации.
 6. Специфика творческо-производственного процесса.
 7. Гендерный анализ современной рекламы.
3. Провести анализ каналов для распространения рекламы о предстоящем поп-концерте в здании ДК г. Луганска с учетом сегментации целевой аудитории.

Литература: [1, 3, 8, 11, 12]

Тема 4. Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Сущность СО.
 2. Характерные черты связей с общественностью.
 3. Функции, цели и задачи ПР в сфере культуры.
 4. Понятие информационного повода.
 5. Планирование и организация ПР-мероприятий.
 6. Роль связей с общественностью в формировании имиджа учреждения культуры.
3. Разработать перечень услуг учреждений сферы культуры и искусства.

Литература[1, 3, 8, 13].

Тема 5. Управление кризисными ситуациями

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Антикризисный ПР как профессиональная специализация.
 2. Роль коммуникации в преодолении кризиса.
 3. Принципы отбора информации.
 4. Специфика взаимодействия со СМИ.
3. Разработать структуру и функции службы маркетинга учреждения культуры.

Литература: [1, 3, 13, 14].

Тема 6. ПР в ньюз-медиа

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Маркетинг в социальных сетях.
 2. Возможности различных социальных сетей для маркетинговых коммуникаций.
 3. Блогосфера как ньюз-медиа.
 4. Рассмотрение кейсов по реализации СО в ньюз-медиа.
3. Рассчитать технику продвижения имиджа учреждения культуры через социальные сети.

Литература: [1, 3, 13, 14].

Тема 7. Лоббирование в сфере культуры

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, внутренней и внешней аудитории, покупателей-потребителей.
 2. «Лидеры общественного мнения» и «группы особых интересов».
 3. Основные организационные структуры в СО.

4. Задачи, функции и структура отделов и служб по СО в учреждениях культуры.
3. Подготовить сообщение «Стартап в области культуры».

Литература: [[1](#), [3](#), [7](#), 13.].

Тема 8. Маркетинговые коммуникации и медиарынок

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Характеристика современного медиа-бизнеса и медиа-рынка.
 2. Понятия «информационный продукт» и «информационная услуга».
 3. Влияние различных форм собственности на деятельность информационных органов.
 4. Типы средств массовой коммуникации (государственно-общественные, государственные и частные).
 5. Проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала.
3. Выявить основные тенденции медиарынка в контексте социокультурной деятельности.

Литература[[1](#), [5](#), [15](#).].

Тема 9. Медиаизмерение аудитории

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Основные измерительные техники.
 2. Измерение аудитории прессы.
 3. Измерение аудитории телевидения.
 4. Панельные исследования аудитории телевидения.
 5. Онлайн-опросы веб-аудитории.
3. Подготовить презентацию: «Измерительные техники в области массмедиа».

Литература: [[5](#), [11](#)].

Тема 10. Практика использования средств коммуникации в рекламе и ПР

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Event-технологии и event-индустрия.
 2. Понятие публицити.
 3. Технологии благотворительности.
 4. Спонсорство, меценатство, патронаж.
 5. Организация мероприятий для СМИ.
3. Разработать программу позиционирования продукта социально-культурной деятельности.

Литература: [[5](#), [10](#), [11](#)].

VIII СЕМЕСТР

Тема 11. Практика использования средств коммуникации в рекламе и ПР

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:

1. Классификация услуг в сфере культуры и искусств
2. Характеристика рынка услуг сферы культуры и искусства в XXI веке.
3. Нормативно-правовая база реализации услуг в сфере культуры и искусства
4. Основные типы учреждений сферы культуры.

ЛНР.

Литература[[1](#), [2](#), [16](#)]

Тема 11. Прямые продажи в сфере культуры

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:

1. Сущность, содержание, цели и задачи личных продаж.
 2. Коммуникативные особенности личных продаж.
 3. Преимущества и недостатки личных продаж и прямого маркетинга.
 4. Особенности и возможности отдельных инструментов прямого маркетинга в социально-культурной сфере.
3. Разработать проект социально-творческого заказа на услуги учреждения культуры.

Литература[[1](#), [2](#), [16](#)]

Тема 12. Event-технологии в сфере культуры

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:

1. Понятие «Event-мероприятия».
2. Задачи специальных мероприятий.
3. Освещение специальных мероприятий в СМИ.
4. Разработка концепции специального события как части кампании по продвижению социально-культурного проекта.

Литература: [[1](#), [2](#), [10](#), [16](#)]

Тема 13. SMM-продвижение

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Сущность SMM-мероприятий.

2. Продвижение культурного продукта в социальных сетях ВК, Instagram, Facebook, Telegram.
3. Раскрутка в интернет-пространстве.

3. Рассчитать основные шаги в продвижении продукта в сфере культуры и искусств (учреждение по выбору студента) в социальной сети Instagram.

Литература: [1, 2, 10, 16]

Тема 14. Формирование имиджа средствами коммуникации

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Умолчание как стратегия формирования имиджа.
 2. Приемы формирования имиджа в медийном пространстве.
 3. Речевое воздействие на целевую аудиторию.
 4. Гендерный аспект речевого имиджа личности.
3. Проанализировать имидж дома культуры (по выбору студента) и определить его ключевые имиджевые характеристики.

Литература: [1, 2, 10, 16]

Тема 15. Брендинг продукта культуры

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Медиапотребление и будущее брендов в сфере культуры.
 2. Современные тенденции развития медиасферы и медиакультуры.
 3. Проблемы, ожидающие культурные бренды в будущем.
3. Составьте слоган для бренда учреждения в сфере культуры, в котором будут заключены определенные потребительские ценности и ожидания.
4. Придумайте название продюсерскому центру и проанализируйте, какие ассоциации оно вызовет в сознании потребителей. Приведите примеры неудачных названий, какие ассоциации они вызывают и какие последствия могут повлечь.

Литература[1, 10, 16]

Тема 16. Методики измерения силы бренда в социально-культурной деятельности

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Методики измерения восприятия потребителями отличий бренда.
 2. Характеристики бренда в зависимости от значений отличия, актуальности, уважения и понимания.
 3. Материальные затраты и капитал бренда, способы их оценки.
 4. Дайте характеристику элементам организационной культуры бренд-менеджмента учреждения культуры.

Литература: [[1](#), [10](#), [16](#)].

Тема 17. Геобрендинг в системе стратегий маркетинга по продвижению культурного продукта

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Нарративные формы продвижения геобренда.
 2. План продвижения культурного бренда на определенной территории.
 3. Структуры повседневности как форма и способы конвертации в них идеи геобренда.
 4. Инструменты продвижения бренда: реклама, публикации в СМИ, событийный маркетинг, директ-мейл, Product Placement, интернет-коммуникации, выставки, представительства территории.

Литература: [[1](#), [10](#), [16](#)].

Тема 18. Мультикультурный аспект маркетинговых коммуникаций

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Возможности и условия продвижения имиджа учреждения культуры в международном общественном мнении.
 2. Международные аспекты маркетинга культурного продукта.
 3. Использование международных событий в продвижении продукта культуры.

Литература[[1](#), [10](#), [16](#)].

Тема 19. Оценки продвижения культурного продукта

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:
 1. Индексы С. Анхолта как первые механизмы оценки действий по продвижению культурного бренда.
 2. Методика Brand Dynamics оценки связанности аудитории с брендом.
 3. Капитал бренда в сфере культуры и его оценка.
 4. Подготовить презентацию «Мерчендайзинг и визуальная коммуникация в сфере культуры».

Литература:[[1](#), [10](#), [16](#)].

Тема 20. Продвижение проектов в сфере культуры

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подумайте и ответьте на следующие вопросы:

1. Феномен медиаволонтерство.
2. Традиционные барьеры бесплатного размещения социальной рекламы в СМИ.
3. Медиаволонтерство в PR-кампаниях.

Литература: : [[1](#), [10](#), [16](#)].