

Плани практичних занять з курсу «Промотехнології в сфері медійного видавництва»

Тема 1. Видавнича теорія інновацій

1. Медійна теорія інновацій та видавнича теорія інновацій.
2. Друковані медіа та продукція.
3. Електронні медіа: електронні видання, мультимедійні видання кросмедійні видання.

Література

1. Николаева М.А. Основы рекламы: интегративный курс. Екатеринбург, 2012. 380 с.
2. Акулинич М. Интернет-маркетинг. Интернет-маркетинг и его разновидности. М., 2017. 217 с.
3. Булах Т. Інноваційні технології в організації збуту видавничої продукції та послуг. *Вісник книжкової палати*. 2014. № 10. С.1-3.
4. Новітні медіа та комунікаційні технології. Київ: Паливода, 2012. С. 187-198. URL: <http://smd.univ.kiev.ua/?p=154>
5. Реклама: інтеграція теорії та практики. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 174 с.

Тема 2. Мультимедійні технології

1. Портативні мультимедійні технології комп'ютерних і комунікаційних систем
Мультимедійні технології мобільних телефонів. Планшетні компютери Портативні медійні програвачі.

2. Мультимедійні технології побутової техніки. Тенденції розвитку мультимедійних технологій портативних пристроїв.

3. Технології електронних видань, технології створення мультимедійних продуктів, дизайн видань та пакувань та їх 3D-моделювання, програмні продукти верстки складних видань, програмно-мультимедійні засоби мультимедійних видань, обробка аудіо- та відеоінформації із застосуванням сучасних апаратно-програмних комплексів.

Література.

1. Грабовський Є. Мультимедійні технології : навчальний посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 92 с.
2. Новітні медіа та комунікаційні технології. Київ: Паливода, 2012. С. 187-198. URL: <http://smd.univ.kiev.ua/?p=154>

Тема 3. Кросмедіа

1. Конвергентність як ознака сучасних медіа.
2. Контекст кросмедіа.
3. Технології кросмедіа.
4. Композиційно-графічне моделювання кросмедіа.
5. Аналітика і промоція кросмедіа.

Література.

1. Кросмедіа: контент, технологи, перспективи : колективна моногр. Київ: Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с. URL: <http://journ.univ.kiev.ua/evm/index.php/naukova-st/monohrafiia-1/359-kolektyvna-monohrafiia-krosmedia-kontent-tekhnolohii-perspektyvy>
2. Новітні медіа та комунікаційні технології. Київ: Паливода, 2012. С. 187-198. URL: <http://smd.univ.kiev.ua/?p=154>

Тема 4. Медіатехнології

1. Поліграфічні медіатехнології (процеси поліграфічного виробництва, у тому числі програми обробки текстової та ілюстративної інформації, верстки та макетування електронних та друкованих видань, розроблення паковань, графічного дизайну).
2. Технології електронних та мультимедійних видань (технології електронних видань, технології створення мультимедійних продуктів, дизайн видань та паковань та їх 3D-моделювання, програмні продукти верстки складних видань, програмно-мультимедійні засоби мультимедійних видань, обробку аудіо- та відеоінформації із застосуванням сучасних апаратно-програмних комплексів).
3. Цифрові технології репродукування (технології обробки текстової та графічної інформації, дизайн шрифтів, автоматизоване проектування видань і паковань, мультимедійні технології відновлення раритетних видань, проблемно-орієнтовані засоби управління, об'єктно орієнтоване програмування на Web-сервері, цифрові технології підготовки матеріалів до виробництва).

Література.

1. Електронні видання / Тетяна Киричок [Текст]: довід. – К.: НТУУ «КПІ», 2011. – 400 с.
2. Український тлумачний словник електронних видань / Тетяна Киричок [Текст]: довід. – К.: НТУУ «КПІ», 2012. – 128 с.
3. Киричок, Т. Тиражування немережєвих електронних видань / Тетяна Киричок, Оксана Одайник [Текст]: навч. посіб. – К.: НТУУ «КПІ», 2013. – 144 с.
4. Луцків, М. М. Цифрові технології друкарства / М. М. Луцків [Текст]: моногр. – Львів: УАД, 2012. – 488 с.
5. Василюшин, Д. В. Технологія набору та верстки / Д. В. Василюшин, О. М. Василюшин [Текст]: навч. посіб. – Львів: УАД, 2011. – 272 с.
6. Хомяков, В. І. Системотехніка автоматизованих видавничо-поліграфічних комплексів [Текст]: навч. посіб. – К.: НТУУ «КПІ», 2009. – 252 с.

Тема 5. Крос промоушен

1. Поняття крос-маркетингу та крос промоушену.
2. Форма крос-маркетингу.
3. Переваги крос-маркетингу.
4. Трейд-маркетинг.
5. Визначення цільової аудиторія як запорука успішного крос-маркетингу.
6. Продукти і товари для крос промоушена.
7. Діяльність промоагенств.

Література.

Санакосєва Н.Д. Прихована реклама і product placement в Україні: сучасні тенденції та зарубіжний досвід. <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/425.pdf>

Петруня Ю. Маркетинг. Навчальний посібник. [tps://studbooks.net/1190677/marketing/kross-promoushn](https://studbooks.net/1190677/marketing/kross-promoushn)

Підручник з крос-медіа. - Schiller Publishing Youse: Bonn / Germany - Sibiu/ Romania. - Sibiu, Strada Mitropoliei – 30.

http://www.academia.edu/19631816/%D0%9F%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%B7_%D0%BA%D1%80%D0%BE%D1%81-%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0._-__Schiller_Publishing_Youse_Bonn_Germany_-_Sib%D1%96u_Romania._-__Sib%D1%96u_Strada_Mitropoliei_30

Палацюк К. О. Суть, цілі та завдання стимулювання збуту як елементу маркетингових комунікацій / К. О. Палацюк // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – №1 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eprints.zu.edu.ua/14209/1/eui_2014_1_83.pdf.

Сомова М. Кросс-промоушн / М. Сомова // PROMOmix. – 2006. – № 3-4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL: http://www.marketing.spb.ru/libcomm/advert/cross_promotion.htm

<http://blackberry.kiev.ua/blog/tag/kross-marketing/> - Блог промоагенства Blackberry Creative Communications

Тема 6. Промоутер і хостес

1. Функції та обов'язки промоутерів і хостес.
2. Підготовка і навчання промоутера.
3. Проведення акцій, конференцій, презентацій, дегустацій.
4. Формування іміджу за допомогою промоперсоналу.
5. Промоформа для промоутера.

Література.

<http://blackberry.kiev.ua/blog/tag/kross-marketing/> - Блог промоагенства Blackberry Creative Communications

Тема 7. Промоакції.

1. Поняття VTL акції. Історія терміну VTL.
2. Механіка промоакції.
3. Завдання, тенденції, проведення, результати промоакцій. Оцінка ефективності результатів.
4. Основні формати.
5. Семплінг.
6. Трейд маркетинг.
7. Таємний покупець: основні завдання послуги, функції.

Література.

<http://blackberry.kiev.ua/blog/tag/kross-marketing/> - Блог промоагенства Blackberry Creative Communications

Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 612 с.

Тема 8. Ліфлейтинг.

1. Поняття ліфлетингу.
2. Час і місце проведення ліфлетингу.
3. Роздатковий матеріал: жанри, основні дані.
4. Цільова аудиторія.
5. Вибір промоутерів.
6. Ефективність ліфлетингу.

Література

<http://blackberry.kiev.ua/blog/tag/kross-marketing/> - Блог промоагенства Blackberry Creative Communications

Тема 9. Нейролінгвістичне програмування

1. Поняття нейролінгвістичного програмування в рекламі, його завдання.
2. Прийоми нейролінгвістичного програмування в рекламі.
3. Прийоми і технології нейролінгвістичного програмування в рекламі.
4. Нейролінгвістичне програмування в промоакціях.

Література.

1. Волвенко, Н. Нейро-лінгвістичне програмування: основні засоби та рівні впливу. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Питання політології»*, 17(912), 199-205. URL: <https://periodicals.karazin.ua/politology/article/view/3227>
2. Нейролінгвістичне програмування в Public Relations при виборчій агітації URL: <http://intkonf.org/shtogrin-nv-lozovskiy-om-neyrolingvistichne-programuvannya-v-public-relations-pri-viborchiy-agitatsiyi/>
3. НЛП-техніки і підсвідома реклама: як це працює? URL: <https://turbosms.ua/ua/articles/nlp-tehniki-v-reklame.html>