

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ**

**ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ДГТУ)**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

к рабочей программе дисциплины

**«Медиатехнологии продвижения event-программ»**

для обучающихся по направлению подготовки

51.03.03 Социально-культурная деятельность профиль «Менеджмент культурных индустрий»

(заочная форма обучения)

Ростов-на-Дону 2024 г.

**I. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.**

1. **Для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины предусмотрены следующие задания:**
   1. **Задания для оценивания результатов обучения в виде знаний**
      1. **Устный опрос**

1. Что такое медиатехнологии и как они влияют на организацию мероприятий?

2. Какие основные типы медиа используются в евент-программах? Приведите примеры их применения.

3. Каковы ключевые этапы разработки медиа-контента для мероприятий?

4. Расскажите о роли социальных медиа в продвижении мероприятий. Какие платформы наиболее эффективны?

5. Какие технологии используются для улучшения взаимодействия с аудиторией во время мероприятий?

6. Как создать и реализовать стратегию по привлечению целевой аудитории с помощью медиатехнологий?

7. Как обеспечить качество звука и изображения на мероприятии? Какие инструменты для этого используются?

8. Что такое гибридные мероприятия, и какие медиатехнологии необходимы для их реализации?

9. Как оценить эффективность медиатехнологий, использованных на мероприятии? Какие метрики можно использовать?

10. Какие современные тренды в медиатехнологиях вы можете выделить, и как они могут изменить евент-индустрию?

1. **Задания для промежуточной аттестации.**

**2.1 Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации:**

1. Что такое евент-программа и какие основные цели она преследует?

2. Каковы основные элементы медиаплана для евент-программы?

3. В чем заключается роль медиа в организации мероприятий?

4. Какие виды медиа используются для продвижения евент-программ?

5. Каковы основные этапы разработки концепции мероприятия?

6. Какие технологии используются для презентации на мероприятиях?

7. Как можно использовать социальные сети для продвижения события?

8. Что такое стриминг, и как он влияет на современные мероприятия?

9. Каковы преимущества и недостатки использования видеозаписей на мероприятиях?

10. Что такое интерактивные технологии, и как они могут быть использованы на мероприятиях?

11. Каковы принципы работы с аудиовизуальными средствами на мероприятиях?

12. Как измерять эффективность медиа-активностей в рамках евент-программы?

13. Что такое контент-маркетинг, и как он связан с евент-программами?

14. Каковы требования к подготовке медиаконтента для мероприятий?

15. Каким образом можно использовать виртуальную и дополненную реальность в евент-программах?

16. Как осуществлять обратную связь с участниками мероприятия через медиа?

17. Что такое онлайн-мероприятие, и как оно отличается от офлайн-мероприятий?

18. Какие платформы для вебинаров и онлайн-мероприятий вы знаете?

19. Что такое PR в контексте евент-программ?

20. Какова роль журналистов и блогеров в продвижении мероприятий?

21. Каковы тенденции в сфере медиатехнологий для праздников и других мероприятий?

22. Как создать эффективный пресс-релиз для мероприятия?

23. Как использовать данные и аналитику для улучшения медийного освещения событий?

24. Как наладить сотрудничество с партнерами и спонсорами в медиаплане?

25. Каковы основные правовые аспекты использования медиа на мероприятиях?

**2.2 Практическая работа для промежуточной аттестации.**

**Перечень тем для доклада:**

1.Задачи и этапы репутационного менеджмента в интернете;

2.PR как важнейшая составляющая репутационного менеджмента в интернете;

3.Технологии управления деловой репутацией;

4.Проектная деятельность в интернете как эффективный инструмент формирования репутации;

5.Крауд-маркетинг как медиа технология РМ.

**2.3 Практическая работа для промежуточной аттестации.**

**Кейсы:**

1. Виртуальная выставка

Кейс: International Art Fair Online

Описание: В условиях пандемии организаторы традиционной арт-ярмарки решили провести виртуальную выставку. С помощью платформы для виртуальных событий они создали 3D-модель выставочного пространства, где участники могли осматривать галереи, взаимодействовать с художниками и покупать произведения искусства.

Применение медиатехнологий: Виртуальная реальность (VR) для immersive-опыта, livestream-трансляции для интервью с художниками и интерактивные карты.

2. Гибридная конференция

Кейс: Tech Innovators Summit

Описание: Конференция собрала как физических участников, так и зрителей онлайн. Участники могли выбирать, как присутствовать на мероприятии — вживую или через вебинар.

Применение медиатехнологий: Платформа для видеоконференций, система автоматизации для регистрации, а также использование QR-кодов для взаимодействия с материалами и другими участниками.

3. Мобильное приложение для событий

Кейс: Music Festival App

Описание: Во время музыкального фестиваля участникам было предложено скачать мобильное приложение, которое содержало расписание выступлений, карты местности, функции для обмена сообщениями с другими участниками и возможности для участия в конкурсах.

Применение медиатехнологий: Мобильные технологии, геолокационные сервисы и встроенные функции для взаимодействия в реальном времени.

4. Интерактивные панели и опросы

Кейс: Business Strategy Conference

Описание: На мероприятии участники могли участвовать в реальных дискуссиях через интерактивные панели, где они голосовали по вопросам и оставляли комментарии.

Применение медиатехнологий: Использование специальных приложений для создания опросов в реальном времени, интеграция с социальными сетями для расширения диалога.

5. Виртуальное сетевое взаимодействие

Кейс: Global Startups Networking Event

Описание: Для стартапов была организована встреча с потенциальными инвесторами и партнерами в виртуальном формате. Использовалась платформа, позволяющая проводить "виртуальные встречи" — небольшие сессии на тему инновационных идей и проектов.

Применение медиатехнологий: Виртуальные комнаты для встреч, видеозвонки и система обмена сообщениями для создания живого общения.

Все эти кейсы подчеркивают важность медиатехнологий в современном организации событий, что позволяет расширить аудиторию, повысить интерактивность и улучшить опыт участников.

# КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ЗАНЯТИЙ.

**Тема 1. "Медиатехнологии продвижения" - место и цель курса. Основные понятия.**

Использование медиа технологий продвижения в различных сферах СМИ и digital. Значение продвижения в построении бренда и бизнеса. Основные функции медиа продвижения. Форматы и виды медиа продвижения. Оценка эффективности медиа технологий продвижения.

# Тема 2. Информационные технологии в event сервисе

Изменение event индустрии с внедрением информационных технологий. Основные тренды event сервиса. Использование мобильных решений и облачных технологий в развитии event сервиса. Основы организации и проведения мероприятий в сфере digital.

# Тема 3. Интернет: история становления, основные тенденции, перспективы развития

Возникновение сети Интернет. Этапы развития развития сети Интернет. Создание глобальной сети. Телекоммуникационная инфраструктура. Динамика основных показателей развития интернета. Использование возможностей интернета в различных сферах жизнедеятельности.

# Тема 4. Информационные технологии организации событийного мероприятия

Основы проектирования и организации событийных мероприятий. Анализ информационных технологий, применяемых в event-индустрии. Методология использования информационных технологий в сфере организации и планирования мероприятий. Интернет, как площадка для проведения событийных мероприятий.

**Тема 5. Новые медиа и социальные сети: понятие, классификации** История возникновения социальных сетей и новых медиа. Возможность различного толкования данных терминоы. Сравнение медиа и социальных сетей. Типология социальных сетей. Классификация новых медиа. Отличие новых медиа от традиционных.

# Тема 6. Средства массовой информации и новые медиа

Разница между СМИ и новыми медиа. СМИ, как один из видов новых медиа. Новые модели взаимодействия СМИ с аудиторией. Развитие СМИ в глобальной сети Интернет.

# Тема 7. Сайт: определение, классификации, виды

Виды сайтов по технологиям, влияющим на дизайн и функциональность. Классификация сайтов по их принадлежности. Виды сайтов по величине, по уровню решаемых ими задач. Виды сайтов по типу информации и возможностей, которые они предоставляют пользователю сети. Интернет-сервисы узкой классификации.

# Тема 8. Сайт: возможности и особенности использования как инструмента продвижения event-программ Landing page: возможности и особенности использования как инструмента продвижения event- программ

Задачи и цели Landing page. Классификация Landing page, их виды и типы. Способы создания лендинга. Преимущества и недостатки Landing page. Эффективность создания посадочных страниц для продвижения мероприятий.

# Тема 9. Поисковая оптимизация

Определение понятия. Рост поискового трафика и улучшение пользовательского опыта, как цели использования поисковой оптимизации. Виды работ, включенные в SEO: подготовка и планирование, внутренняя и

внешняя оптимизация, поведенческие факторы. Эффективность поисковой оптимизации.

# Тема 10. Поисковая оптимизация сайта: принципы и механизмы. Поисковые системы «Яндекс» и «Google».

Работа с ключевыми словами. Архитектура сайта. Технические ошибки и методы их решения. Внутренние и внешние механизмы продвижения сайтов. Современные методы поисковой оптимизации. Анализ поисковых систем “Яндекс” и “Google”.

# Тема 11. Виды рекламы в Интернете

Реклама, как способ продвижения в Интернете. Основные виды рекламы. Платная и бесплатная реклама в сети. Наиболее эффективные виды рекламы.

# Тема 12. Виды рекламы: возможности и особенности использования как инструмента продвижения event-программ

Сущность, виды и значение event-маркетинга в создании и продвижении бренда. Основные способы реализации эффективных PR-проектов с помощью рекламы. Особенности продвижения event-программ.

**Тема 13. Социальные сети: определение, классификации, виды** Возникновение социальных сетей. Основные функции социальных сетей. Виды социальных сетей и их особенности. Перспектива развития социальных сетей в современном мире.

# Тема 14. Социальные сети: возможности и особенности использования как инструмента профессиональной деятельности.

Появление соцсетей профессиональной направленности. Разновидности профессиональных социальных сетей. Особенности взаимодействия пользователей. Реклама и продвижение в тематических социальных сетях.