

Принципы продвижения медийного проекта.

Научный руководитель – Ежова Елена Николаевна

Зубенко Евгения Евгеньевна

Студент (магистр)

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: zubenkojenia@yandex.ru

Секция «Реклама и связи с общественностью»

Принципы продвижения медийного проекта.

Научный руководитель - д.ф.н., проф. Ежова Е.Н.

Зубенко Евгения Евгеньевна

Студент (магистр) Северо-Кавказский федеральный университет, факультет филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Ставрополь, Россия

E-mail: <mailto:zubenkojenia@yandex.ru>

Проектная деятельность составляет основу современной социальной и культурной жизни, она выходит на первый план в сфере коммуникации, являясь неотъемлемой частью культурного прогресса. Медийное проектирование - это актуальное направление проектной деятельности. Оно определяется как алгоритм разработки проектов, адресованных широкому слою населения, проблематика которых обладает высоким маркетинговым эффектом.

В технологическом плане разработка медийного проекта схожа с элементами маркетингового проектирования и включает следующие элементы: анализ аудитории, обоснование целей и задач проекта, выработку эффективных форм и принципов коммуникации. Продвижение медийного проекта достаточно трудоемкий процесс, который требует анализа и систематизации данных о проекте, аудитории и массмедиа-пространстве в целом. Для достижения качественного результата необходимо использовать средства рекламы и PR, возможности Интернета, социальных сетей для популяризации проекта в социальной среде, вовлечения аудитории в процесс реализации медиапроекта и получения обратной связи.

Медийные проекты, создаваемые на базе университета, могут корректировать или даже изменять образ жизни преподавателей и студентов, формировать или дополнять систему ценностей, утверждать стиль жизни, способствовать развитию художественной, духовно-нравственной, исторической культуры, воздействовать на творческое развитие и самореализацию личности путем включения в социально-культурную деятельность. Основные принципы продвижения медийного проекта: Узнавание и напоминание. Для эффективного продвижения проекта необходимо постоянное напоминание, презентация отдельных элементов, опора на основные принципы маркетинга. Адресность сообщения. Точная формулировка целевой аудитории, а так же способы продвижения проекта в СМИ и Интернет - все это необходимо учитывать, выстраивая стратегию культурного продукта.

Интерактивность. В настоящее время медийные проекты должны приобретать специфическую форму культурной деятельности, которая позволила бы им выйти из привычных рамок и активно внедриться в повседневную среду. Масштаб коммуникации. Продвижение медийного проекта должно отличаться систематичностью действий. Само понятие «медиапроект» необходимо рассматривать с точки зрения менеджмента, рекламы и связей с общественностью, определяющих формат и принципы продвижения. В случае, если

медийный проект создан непосредственно для трансляции на телевидении, то он относится к телевизионным проектам. Сейчас нередко мы видим медиапроекты, которые носят роль социальнокультурного, информационно-развлекательного характера.

Медийный проект на базе университета - это способ продвижения корпоративных целей, которые объединяют студентов и преподавателей на одной площадке для ведения диалога по культурным и социально значимым проблемам общества. Конкретным примером уникального медийного проекта СЕВЕРО-КАВКАЗСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА является ток-шоу «ПеРСОна».

Это расширенное интервью с участием аудитории (преподавателей, студентов, приглашенных зрителей), в котором двое ведущих беседуют с гостем по предлагаемой теме в форме телевизионной передачи. Формат ток-шоу «ПеРСОна» позволяет познакомиться с гостями проекта в неформальной, дружеской обстановке, узнать увлечения, истории из жизни интересных личностей университета, услышать мнение по социально значимым проблемам современности.

Данный проект был сформирован на кафедре рекламы и связей с общественностью СКФУ и уже успел стать ежегодной традицией для преподавателей и студентов. В этом году ток-шоу ждал визуальный ребрендинг, новый логотип прошёл множественные проверки и изменения, стал символом проекта и печатью на сердце разработчиков и участников. Продвижением медийного проекта занимаются талантливые студенты рекламисты и специалисты в сфере PR в гармоничном сотрудничестве с преподавателями кафедры РСО.

Для создания медиапроекта социальной направленности важно определить стратегию его осуществления и тактику дальнейшего продвижения. Большинство медийных проектов - результат коллективного творчества, для создания уникального контента, анализа интересов аудитории и выработку наиболее эффективной формы коммуникации. Всякий медийный проект выполняется в конкретный промежуток времени и заканчивается тогда, когда достигнуты основные цели.