

Перелік питань для підготовки до заліку

1. Поняття про медіаринок, як здвоєний ринок товарів і послуг
2. Географічний ринок медіа
3. Ресурсний ринок медіа
4. Ринок медіадосліджень та рекламних послуг в Україні.
5. Поняття і види бізнес-моделей у медіабізнесі
6. Компоненти бізнес-моделей
7. Комерційні бізнес-моделі
8. Некомерційні бізнес-моделі
9. Гібридні моделі бізнес-моделі
10. Державне субсидіювання.
11. Особливості діяльності суспільного мовлення.
12. Грантодавці в сфері медіа.
13. Медійні підприємства в Україні та їх організаційно-правові форми
14. Реєстрація та ліцензування у медіабізнесі
15. Проблеми власності в медіабізнесі
16. Зарубіжний досвід організації медіабізнесу.
17. Історія соціальних медіа, основні типи соціальних медіа.
18. Особливості медіамаркетингу
19. Аналіз медіаринку
20. Сегментація і позиціонування на медіаринку
21. Методи розробки продуктової, цінової і збутової стратегії в медіамаркетингу
22. Зміст, підходи та моделі медіаменеджменту
23. Функції управління у медіабізнесі
24. Правові засади управління медійними підприємствами
25. Завдання та компетентності медіаменеджера
26. Структура медіапідприємства західного зразка.
27. SMM: суть та основні цілі
28. Інструменти SMM
29. Ефективні методи SMM для збільшення аудиторії
30. Використання аналітичних інструментів стратегії . SEO просування
31. Ключові показники ефективності SMM
32. Ефективні методи SMM для збільшення аудиторії
33. Основні сервіси аналітики в соцмедіа
34. Етапи маркетингового стратегічного планування
35. Розробка бюджету маркетингу та маркетингової програми
36. Стратегія SMM
37. Адаптація SMM-кампанії під специфіку бізнесу
38. Алгоритм стратегії просування у соціальних мережах
39. Оцінка виконання стратегії.
40. SWOT-аналіз Оцінка виконання стратегії.