

**Примерная тематика контрольных работ по дисциплине
«Организация и проведение кампаний в сфере физической культуры
и спорта»**

1. Понятие, сущностные черты и специфика кампаний по рекламе и связям с общественностью.
2. Общее и особенное в проведении кампаний по рекламе и связям с общественностью: сравнительный анализ.
3. Особенности проведения кампаний по рекламе и связям с общественностью для коммерческих структур – корпоративный сектор.
4. Особенности проведения кампаний по рекламе и связям с общественностью для общественно-политических объединений – политическая сфера.
5. Особенности проведения кампаний по рекламе и связям с общественностью в государственном секторе.
6. Особенности проведения кампаний по рекламе и связям с общественностью в сфере культуры.
7. Особенности проведения кампаний по рекламе и связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта.
8. PR-бриф, постановка целей и задач, общая концепция кампании, определение ключевых проблем и профилей целевых аудиторий.
9. Структура и алгоритм осуществления кампаний по рекламе и связям с общественностью.
10. Анализ рекламной кампании в сфере физической культуры и спорта.
11. Анализ кампании по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта.
12. Специфика управления проектами по связям с общественностью и рекламе в сфере физической культуры и спорта.
13. Идеи-концепции рекламных кампаний в сфере физической культуры и спорта.
14. Идеи-концепции кампаний по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта.
15. Бюджет расходов на рекламные мероприятия и эффективность от их проведения (на примере спортивного события).
16. Бюджет расходов на мероприятия по связям с общественностью и эффективность от их проведения (на примере спортивного события).
17. Выбор средств рекламы в сети Интернет для проведения рекламной кампании и оценка их эффективности.

18. Вопросы планирования, составление плана-графика реализации проекта кампании по рекламе и связям с общественностью.
19. Анализ медиа-средств, используемых в кампаниях по рекламе и связям с общественностью.
20. Вопросы управления процессом реализации кампаний по рекламе и связям с общественностью.
21. Преимущества и недостатки основных средств коммуникации при проведении кампаний по рекламе и связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта.
22. Создание информационных поводов при организации кампаний по рекламе и связям с общественностью.
23. Использование коммуникативных возможностей телевидения в рекламных кампаниях олимпийских игр.
24. Технология создания специального спортивного события и проблемы при его организации.
25. Функциональные обязанности сотрудников по реализации проекта кампаний по рекламе и связям с общественностью.