



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ПРОЕКТНЫЙ СЕМИНАР немного теории

Погодина Римма Игоревна
Департамент интегрированных коммуникаций

Рекламная кампания 141 группа

1. комплекс действий, направленных на достижение рекламы в целом, т.е. на полноценную передачу потребителю информации о продукте с помощью разных способов и каналов коммуникации
2. комплекс мероприятий, направленный на продвижение продукта и связанный с необходимостью повышения одобрения у аудитории и уровня продаж, предполагающее множественные мероприятия и проекты
3. комплекс мероприятий, проектов, креативных решений, направленных на продвижение конкретного товара, услуги или бренда
4. комплекс мероприятий, направленных на увеличение популярности бренда/мероприятия/товара, повышения к нему лояльности потребителя
5. совокупность действий, направленных на популяризацию определенного продукта в целях увеличения продаж (для получения коммерческой выгоды)
6. совокупность рекламных мероприятий, направленных на продвижения рекламного продукта в определенный промежуток времени ради достижения конкретной цели
7. серия спланированных рекламных мероприятий, объединенных одной идеей и концепцией для достижения определенной маркетинговой цели
8. комплекс мер, направленный на продвижение товара или услуги с использованием особых инструментов (ролики, плакаты и т.д.)
9. совокупность или система целенаправленных рекламных мероприятий, объединенных определенной идеей для достижения конкретной цели маркетинга
10. совокупность деятельности компании, направленные на увеличение продаж продукта путем задействования одной площадки. Продвижение происходит «напрямую», без «предистории»
11. серия мероприятий, направленных на поддержания имиджа фирмы, поддержку нового продукта или меры по повышению их узнаваемости и популярности
12. система рекламных мероприятий, которые объединены одной идеей, концептом, направленных на достижение маркетинговой стратегии
13. комплекс мер, разработанных для привлечения внимания покупателя к услуге, товару, платформе и т.д
14. оплаченная заказчиком совокупность мероприятий, направленная на увеличение продаж
15. комплекс различных мер по привлечению внимания к объекту рекламирования
16. это комплекс согласованных и продуманных «действий» рекламного характера, каждый элемент которого объединен общей целью (чаще коммерческой, если не социальная реклама) и лаконично вписывается в общую концепцию; могут использоваться ATL/BTL –инструменты
17. совокупность средств продвижения товара или услуги, к которым относятся серии рекламных роликов, различные мероприятия, проект также может считаться частью рекламной кампании

Рекламная кампания 142 группа

1. некая система рекламных мероприятий, объединенных для достижения единой цели, в рамках достижения маркетинговых задач
2. целенаправленная система рекламных мероприятий, которые объединены одной идеей и для достижения конкретной маркетинговой цели
3. спланированная система рекламных мероприятий, которые объединены одной определенной идеей или концепцией и бьют сразу по нескольким «фронтам»
4. комплекс рекламных мероприятий, ориентированный на потребителя и разработанный для реализации маркетинговой стратегии рекламодателя
5. совокупность мероприятий и действий, направленных на продвижение конкретного продукта, услуги, события, бренда, а также объединенных одной стратегической целью – повышения внимания потребителя к объекту рекламирования
6. группа мероприятий, направленная на информирование потенциальных покупателей о товаре, услуге с целью получения прибыли
7. комплекс взаимосвязанных рекламных мероприятий, направленный на продвижение продукта
8. система спланированных рекламных мероприятий, объединенных одной концепцией для достижения конкретной маркетинговой цели
9. совокупность стратегических действий, направленных на решение маркетинговых задач по средствам рекламных действий
10. целенаправленная система спланированных рекламных мероприятий, объединенная одной идеей и концепцией для достижения конкретной маркетинговой цели в рамках согласованной маркетинговой стратегии рекламодателя
11. совокупность мер в сфере рекламопроизводства и распространения, направленных на достижение определенных маркетинговых целей и привлечение внимания к объекту рекламирования и повышения его продаж
12. комплекс мер, предпринимаемых для повышения информированности потребителя/клиента об оказываемых рекламодателям услугах или предлагаемых продуктах
13. целенаправленная система спланированных рекламных мероприятий, объединенных одной идеей и концепцией для достижения маркетинговой цели
14. целенаправленная система спланированных рекламных мероприятий, объединенных одной целью и концепцией \ для достижения определенных маркетинговых целей
15. система рекламных мероприятий, объединенных одной идеей и направленных на продвижения определенного продукта, услуги, события, проводятся в определённый временной период
16. совокупность рекламных мероприятий, которые направлены на продвижение какого-либо продукта или услуги. Мероприятия ограничены определенным промежутком времени.



Рекламная кампания 143 группа

1. Целенаправленная система спланированных рекламных мероприятий, объединенных одной идеей и концепцией для достижения конкретной маркетинговой цели
2. Целенаправленная деятельность по организации и осуществлению проведения рекламы товара/услуги часто включающая требования по времени, стоимости и качеству достигаемых результатов
3. Целенаправленный комплекс рекламных мероприятий, направленный на достижение конкретной маркетинговой цели в рамках определенной стратегии, объединенный общей концепцией
4. Комплекс мероприятий, создание продуктов и оказание услуг, осуществляемый с целью убедить людей приобрести тот или иной продукт или услугу, и получить за это коммерческую прибыль
5. Комплекс мероприятий, ограниченных по времени и проводимых с маркетинговыми целями
6. Комплекс заранее рассчитанных рекламных действий, ориентированных на определенный период времени, объединенных общей идеей и концепцией для достижения определенных маркетинговых целей в рамках определенной маркетинговой стратегии
7. Совокупность рекламных мероприятий, направленных на продвижение конкретного продукта, события или услуги
8. Это комплекс взаимосвязанных и скоординированных действий, разрабатываемых для достижения определенной цели и решения проблем предприятия, являющийся результатом рекламного плана
9. Выполнение запланированного комплекса рекламных мероприятий, рассчитанных на определенный период времени, ЦА и район проведения с целью получения выгоды
10. Реализация комплекса заранее спланированных рекламных мероприятий, рассчитанных на определенный период времени, район действий, целевую аудиторию
11. Комплекс мероприятий, направленных на информирование общественности или определенной ЦА о каком-либо товаре, привлечение внимания к нему, повышение лояльности и т.д. путем использования рекламных средств
12. Комплекс рекламных мероприятий, проводимых для достижения определенных маркетинговых целей (ограничение по времени, направлена на определенную ЦА)
13. Ряд рекламных мероприятий, направленных на реализацию маркетинговых целей, осуществляется в определенный период времени, в определенном месте и направлен на определенную аудиторию
14. Это имеющая маркетинговые цели и объединенная одной идеей деятельность (комплекс мероприятий), которая может быть рекламный ролик (серия), печатная реклама и т.д.
15. Комплекс мероприятий, имеющих временные рамки, а также четкий объект рекламирования, направленный на повышение интереса продукту, увеличение потребления этого продукта
16. Комплекс рекламных мероприятий, направленных на увеличение маркетинговых величин (объема продаж, увеличение прибыли), ориентированных на определенную ЦА, обладающих определенной географией и временными рамками
17. Это комплекс мер и мероприятий, направленный на увеличение продаж, продвижение компании на рынке, в рамках которого решаются маркетинговые задачи
18. Совокупность мероприятий, связанных одной маркетинговой задачей
19. Это план коммуникационных мер и средств, направленных с целью привлечения внимания аудитории для достижения маркетинговой задачи – увеличения продаж



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

Несколько рекламных мероприятий, объединенных одной целью (целями), охватывающих определенный период времени и распределенных во времени так, чтобы одно мероприятие дополняло другое

Система взаимосвязанных рекламных мероприятий, охватывающих определенный период времени и предусматривающих комплекс применения рекламных средств для достижения рекламодателем конкретной маркетинговой цели



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

это **комплекс** мероприятий,
разработанный в соответствии с маркетинговой
стратегией и **тактикой** рекламодача,
рассчитанный на **потребителей** товаров-услуг,
представляющих определенные **сегменты**
рынка,
с **целью побудить** их с помощью рекламных
обращений к **действиям**,
способствующим реализации этого
товара/услуги

PR - кампания 141 группа

1. комплекс действий, направленных на коммуникацию с аудиторией, на изменение или поддержание мнения о каком-то явлении, компании, человеке и т.д.
2. комплекс мероприятий, связанных с формированием позитивного имиджа (особы, мероприятия и т.д.), повышения узнаваемости (корпоративной) и информированности аудитории
3. ограниченная по времени стратегия повышения узнаваемости, лояльности потребителей к бренду, освещение и продвижение информации широкому кругу лиц
4. комплекс мероприятий с целью создать необходимый благоприятный имидж, поддержать репутацию среди общественности
5. комплекс действий, выполняемый с помощью пр-инструментов, совокупность пр-мероприятий, направленных на улучшение имиджа какого-либо объекта/персоны/компании
6. совокупность пр-действий и мероприятий, направленных на решение конкретных проблем организации и объединенная общим стратегическим замыслом
7. совокупность пр-действий и мероприятий, которые направлены на решение конкретных задач и на достижение конкретных целей
8. совокупность действий, направленных на улучшение имиджа компании или продвижение проекта с использованием пр-инструментов
9. кампания в средствах массовой коммуникации, направленная на формирования положительного имиджа общественного мнения о чем-либо/ком-либо
10. совокупность деятельности компании, направленной на увеличение продаж продукта, происходящие не «напрямую», с привлечением «интересных» новых вариантов ATL/BTL
11. это меры, направленные создание благоприятного отношения к персоне, бренду организации, мероприятию и т.д., выстраивание хороших отношений с общественностью, часто через СМИ
12. кампания, которая осуществляется в СМИ с целью формирования положительного мнения о чем-то
13. комплекс мер, разработанных для создания у людей определённого отношения к бренду, товару, человеку и т.д.
14. комплекс мероприятий, направленных на продвижение и привлечение внимания к продукту/бренду/личности/территории
15. комплекс различных мер, инструментов, технологий, направленных на реализацию пр-задач (формирование определенного отношения к компании, товару, выстраивание гармоничных отношений с ЦА и т.д.), антикризисное реагирование
16. ряд мероприятий/действий, направленных на продвижение компании в целом, а не отдельного продукта, несет репутационный характер или может служить «предкампанией» для запуска рекламы
17. совокупность инструментов по продвижению мероприятий, личности с использованием различных средств

PR - кампания 142 группа

1. это система пр-акций, направленная на обеспечение эффективной реализации экономической, политической культурных и иных проектов
2. комплекс мероприятий, осуществляемых с помощью пр-технологий, который дает возможность склонить целевую аудиторию в пользу определенного продукта или компанию
3. комплекс мер или мероприятий, заранее спланированных, которые выполняются для привлечения внимания к чему-либо. Пр-кампания подготавливает целевую аудиторию к принятию положительного решения в пользу продукта
4. комплекс мероприятий, направленных на создание определенного имиджа продукта
5. ряд мероприятий, проводимых для осуществления общественно-политической, социальной или культурной задачи, которые нацелены на совершенствование имиджа субъекта, а также поддержание хороших связей с общественностью
6. группа мероприятий, нацеленная на повышение узнаваемости и доверия к бренду/товару/услуге/персоне
7. целенаправленный и длительный комплекс мероприятий, направленный на достижение ключевых целей компании путем взаимодействия на аудиторию методами PR
8. рекламно-информационная кампания, направленная на формирование общественного мнения и представления о бренде с использованием инструментов PR
9. совокупность стратегических действий, направленных на решение имиджевых задач по средствам пр-действий
10. кампании в СМИ проводимая для формирования положительного общественного решения о том или ином продукте
11. совокупность мер, направленных на создание или изменение имиджа объекта (компании, товара, услуги) и представлений о нем
12. комплекс мер предпринимаемых для повышения имиджа объекта пиара, а также его известности. Пр-кампания способствует формирования отношения производитель-клиент
13. комплекс мер, выполняемых с помощью инструментов PR, позволяющих подготовить ЦА, изначально настроенную нейтрально или негативно для принятия положительного решения в пользу определенного продукта, проекта или компании
14. комплекс запланированных мероприятий с целью освещения определенной темы или информационного повода, содержащий ключевые сообщения и рассчитанный на определенную ЦА
15. система мероприятий, выполняемых при помощи инструментов PR, нацеленных на подготовку аудитории к принятию определенного проекта компании или продукта, а также усилить к ним лояльность аудитории
16. совокупность пр-операций системно объединенных для осуществления определенного стратегического замысла

PR - кампания 143 группа

1. Компания в СМИ, которая проводится для формирования положительного общественного мнения о ком-то/чем-то, возбуждение интереса, роста популярности
2. Целенаправленная деятельность по продвижению чего-либо посредством контакта с общественностью, включающая несколько этапов достижения пр-цели
3. Целенаправленная и системно-организованная рекламно-информационная кампания, направленная на формирование имиджа и узнаваемости бренда
4. Комплекс мероприятий, создание продуктов и оказание услуг по осуществлению налаженного контакта с аудиторией, обратной связью, с целью ознакомления аудитории с тем или иным продуктом/брендом/услугой/личностью
5. Комплекс мероприятий, ограниченных по времени. Проводимых с целью продвижения того или иного продукта
6. Совокупность мероприятий, выполняемых с помощью пр-инструментария, объединенных общим стратегическим замыслом
7. Совокупность рекламных мероприятий, направленных на продвижение конкретного продукта, услуги, события
8. Совокупность пр-операций и обеспечивающих их мероприятий, объединенных общим стратегическим смыслом, направленная на решение какой-либо определенной задачи
9. Совокупность пр-операций, направленных на решение конкретной проблемы в организации, осуществляется субъектами пр на определенном этапе деятельности компании
10. Комплекс мер, выполняемых с помощью инструментария пр, позволяющих подготовить ЦА для принятия решения в пользу определенного продукта/проекта/компании
11. Комплекс мер, выполняемый с помощью инструментов Пр с целью подготовки ЦА для принятия решения в пользу продукта, проекта/компании
12. Комплекс мероприятий, выполняемых с помощью пр-инструментов, позволяющих подготовить ЦА к принятию решения в пользу продукта/проекта/компании
13. Комплекс мероприятий, направленный на информирование общественности о каком-либо продукте/товаре/услуге/мероприятии/компании путем с использования пр-технологий
14. Комплекс мероприятий, нацеленный на создание коммуникации между компанией и аудиторией или создания образа компании
15. Ряд мероприятий, направленное на изменение нейтрального или негативного отношения на положительное
16. Кампания по формированию положительного мнения общественности о каком-либо продукте (бренде), персоне и т.д. включает в себя целый комплекс инструментов и охватывает большее количество аспектов нежели рекламная кампания. Цели не маркетинговые, а в первую очередь фокус на восприятие людьми продукта
17. Комплекс мероприятий, направленных на создание или поддержание имджа компании, продукта или личности, использует различные пр-инструменты, не является рекламой, так как не предлагает готовую информацию, а лишь способствует формированию мнения
18. Комплекс PR-мероприятий, направленных на продвижение компании/бренда/продукта
19. Это действия, которые направлены н создание определенного имиджа в глазах общественности
20. Мероприятия, направленные на улучшение общественного мнения о продукте
21. Совокупность мер, методов и средств, служащих основой для создания и поддержания имиджа лица/компании/государства, косвенно способствующего формированию определенного общественного мнения об объекте компании



PR – КАМПАНИЯ

это координируемое, целенаправленное, как правило, длительное мероприятие, разрабатываемое и осуществляемое для достижения важных, ключевых целей организации путем воздействия на общественность и общественное мнение и использования специальных креативных пр-средств, методов и технологий.

формирование имиджа компании, ее фирменного стиля, брендов товаров и услуг; поиск и реализацию наиболее рациональных технологий создания репутации компании; ее «продвижения» в обществе. Цель любой PR-кампании – это изменение поведения людей, общественности.



PR-ПРОЕКТ

сопроводительное PR-мероприятие, направленная на обеспечение эффективной реализации экономических, политических, экологических, культурных и иных проектов.

подготовка плана для реализации проекта;

· разработка фирменного стиля проекта, т.е. подготовка логотипа, многоцветных папок, буклетов и т.п.;

· подготовка «команды» журналистов, которые будут сопровождать прохождение проекта;

· подготовка и проведение презентационной акции, в том числе пресс-конференции, в ходе которой обеспечивается «продвижение» проекта в рамках целевых групп общественности;

· организация поездок журналистов (пресс-туров) по регионам, связанным с реализацией проекта;

· встреча в формате «круглого стола» для обсуждения основной проблемы проекта, на которую приглашаются все заинтересованные стороны и, главное, участники проекта, отвечающие за разные аспекты его реализации;

· организация кульминационного действия, т.е. к примеру, процедуры подписания договора на реализацию проекта.

1. комплекс взаимосвязанных мероприятий с определенной целью, его особенность заключается в использовании цифровых технологий
2. комплекс мероприятий, процесс для решения конкретной задачи с использованием электронных средств, технических электронных платформ
3. проект, предполагающий работу с технологиями, обеспечивающий вовлеченность потребителя, его обратную связь
4. комплекс мероприятий, направленных на достижения какой-либо цели (например, сбор средств) с использованием компьютерных технологий и/или новых медиа, Интернета
5. проект с использованием цифровых технологий, в создании которого задействованы также интернет-платформы
6. совокупность действий с использованием диджитал-инструментов, направленных на достижение стратегической цели продвижения продукта в Сети
7. совокупность действий и мероприятий в диджитал сфере при помощи диджитал-инструментов, которые направлены на решение конкретных задач и достижение заранее обговоренных целей
8. проект для реализации которого используются современные диджитал-технологии
9. продвижение бренда с использованием всех возможных форм цифровых каналов
10. продукт деятельности, осуществляемый в интернет-пространстве, обеспечивающий достижение определенной цели, связанных с коммуникацией с потребителем
11. деятельность в информационной среде, с использованием современных технологий и площадок, нацеленная на создание информационного поля вокруг мероприятий, событий, компаний, продуктов; часто ведется в рамках кампании
12. некоторое использование всех возможных диджитал-каналов для продвижения бренда
13. проект, созданный с применением различных современных технологий, подразумевающий вовлечение обычных людей в проект
14. проект, созданный с помощью диджитал-технологий
15. комплекс действий и мер, направленных на решение коммуникационных задач с преимущественным использованием диджитал-каналов
16. подразумевает, что вся коммуникация строится посредством диджитал-каналов (без привлечения оффлайн), главное использование технологий при создании и во времени реализации проекта
17. проект, созданный на онлайн-платформе

1. это мероприятие, ограниченное по времени, как правило, и появляющееся перед аудиторией в цифровом формате (видеорекламой, цифровыми банерами)
2. проект, организованный с целью продвижения бренда с использованием всех возможных форм цифровых каналов
3. это определенное мероприятие или несколько взаимосвязанных мероприятий в Интернете или социальных сетях, приложениях, которое ограничено по времени, имеет определенные цели и нацелено на результат
4. система действий, которая нацелена на повышение узнаваемости бренда и его продвижения путем использования всех возможных форм информационно-цифровых каналов
5. может быть представлен в разнообразных формах: интернете, на ТВ, другом виде с использованием интерактивных форм коммуникации
6. это комплекс мероприятий, направленных на достижение ключевых целей путем использования диджитал-инструментов
7. проект, направленный на продвижение чего-либо с помощью информационно-цифровых средств и способов коммуникации
8. совокупность стратегических действий в диджитал среде, направленный на решение поставленных задач
9. использование всех возможных форм цифровых каналов для продвижения бренда
10. комплекс взаимосвязанных мероприятий в условиях временных ограничений, направленный на создание продукта или услуги с использованием цифровых технологий
11. проект с использованием всех возможных форм цифровых каналов для продвижения бренда
12. проект, который направлен на продвижение товаров и услуг компании
13. проект, в котором используются всевозможные цифровые каналы продвижения бренда, идеи, компании, продукта, также как ТВ, радио, Интернет, соц.сети
14. определенное временное мероприятие, набор действий с использованием диджитал технологий, т.е. цифровых каналов для продвижения бренда

1. использование всех возможных форм цифровых каналов современных технологий для продвижения бренда
2. временное предприятие, предназначенное для продвижения услуг/товара с использованием всех возможных цифровых каналов продвижения
3. это проект для осуществления которого в основном используются все возможные формы цифровых каналов продвижения (ТВ, радио, Интернет, социальные сети)
4. проект, в котором используются цифровые методы передачи информации
5. комплекс мероприятий, проводимых с использованием всех возможных форм цифровых каналов для продвижения того или иного бренда/продукта
6. последовательность взаимосвязанных событий с использованием любых форм цифровых устройств, каналов в течении установленного ограниченного периода времени и направленных на достижение определенных результатов использование всех возможных форм цифровых каналов для продвижения бренда
7. проект, осуществляемый с использованием различных цифровых медиа-каналов
8. использование всевозможных форм цифровых каналов для продвижения бренда
9. использование всех доступных цифровых каналов для продвижения рекламы бренда
10. проект, реализованный при помощи цифровых каналов для продвижения бренда
11. проект, осуществление которого происходит путем использования возможностей сети Интернет
12. проект, в процессе создания и реализации которого использованы различные диджитал-технологии (ТВ, радио, Интернет, социальные сети)
13. проект, осуществляющий по средству технологий (ТВ, радио, Интернет, социальные сети)
14. совокупность задач и мероприятий, направленных на достижение конкретных целей с использованием онлайн-платформ
15. деятельность осуществляется с помощью различных информационных и цифровых технологий
16. комплекс мероприятий с использованием информационных технологий
17. это проект, который проводится с использованием новейших технологий, может частично или полностью реализовываться в интернете
18. мероприятия, объединенные одними задачами, осуществляемые в интернете с помощью новых технологий
19. проект, задействующий в процессе претворения все цифровые каналы информирования



DIGITAL - КАМПАНИЯ

продвижения бренда/компании, ее товаров и услуг в цифровой среде, то есть через интернет и мобильный телефон.

ключевым показателем самой активности в онлайн является вовлечение – соотношение общего количества пользователей к количеству активных пользователей, вовлеченных в этот процесс.

Интерактивность цифровых платформ позволяет всегда находится в диалоге с потребителем



DIGITAL - КАМПАНИЯ

продвижения компании, ее товаров и услуг в цифровой среде, то есть через интернет и мобильный телефон.



Коммуникационный проект 141 группа

1. целенаправленная деятельность, которая ограничена по времени и основой которой является коммуникация
2. совокупность действий для достижения цели об информированности аудитории о конкретном событии или мероприятии
3. проект, направленный на распространении информации, вовлечение в мероприятие (проект, акцию) как можно большего числа людей
4. проект, направленный на создание или поддержание коммуникации между двумя и более субъектами коммуникации
5. проект, созданный для установления или усовершенствования коммуникации с целевой аудиторией
6. совокупность действий и мероприятий, объединенных использованием коммуникационных средств, проводимая в определенный промежуток времени для достижения одной коммуникационной цели
7. последовательность взаимосвязанных событий, которые происходят в течении установленного ограниченного периода времени и направлены на достижение определенного, заранее обговоренного результата
8. совокупность мероприятий и задач с целью выстраивания коммуникации с аудиторией
9. набор скоординированных действий с обозначенным началом и завершением, направленный на распространение информации о чем-либо и формирование мнения аудитории
10. комплекс мероприятий, направленных на достижение различных коммуникационных целей, захватывающий разные «площадки», главной задачей которых является продвижение продукта
11. деятельность с использованием как традиционных средств, так и новых технологий, нацеленный на создание коммуникации с конкретными целевыми группами либо с широкой общественностью
12. проект, направленный на осуществление системы действий по выстраиванию коммуникационной стратегии
13. проект, направленный на донесение необходимой информации, сообщения и т.д. до аудиторию
14. совокупность действий, направленных на достижение определенной цели, посредством использования различного рода коммуникаций
15. комплекс взаимосвязанных мер и действий, ограниченный во времени, направленный на достижение четко определенных коммуникационных целей, которые, в свою очередь, повлияют на состояние компании в целом
16. предполагает построение коммуникации с целевой аудиторией с обязательной активной вовлеченностью ЦА (т.е. обратной связи)
17. это идея, которая воплощается посредством различных коммуникационных средств, она подразумевает также непосредственное вовлечение потенциальных участников

Коммуникационный проект 142 группа

1. это стратегия действий, направленная на достижение корпоративных целей при активном взаимодействии с аудиторией
2. совокупность коммуникационных действий, направленных на взаимодействие двух объектов через определенный канал коммуникации
3. это отдельное мероприятие, ограниченное по времени, с определёнными целями, стоимостью и требованиями в достижении результатов в сфере коммуникаций
4. стратегически продуманная система, которая нацелена на повышение узнаваемости бренда. А не на осуществление каких-либо коммерческих целей и маркетинговых задач
5. понятие, близкое к Пр-кампании, но подразумевающий обратную связь
6. совокупность целенаправленных мероприятий, которые ограничены по времени и в ресурсах и совершаются с помощью различных методов
7. проекты, направленные на достижение определенного уровня взаимодействия с аудиторией, имеющих определенные временные рамки и использующий свою коммуникационную стратегию
8. одноразовая совокупность стратегических действий, имеющая четко поставленные цели, временные рамки, результат по завершению проекта, не преследующая маркетинговых целей, достигается путем коммуникативных действий с аудиторией
9. стратегически продуманная система действий, направленная на достижение контакта с аудиторией, а также на выполнение коммуникативных задач
10. совокупность взаимосвязанных мероприятий, имеющих временные и ресурсные ограничения, конкретные цели и задачи, направленный на выстраивание коммуникации с ЦА и использующий для этого различные методы коммуникации
11. комплекс мер, проводимых в ограниченный период времени и направленных на повышение заинтересованности клиентов, привлечения новых клиентов компании-заказчика коммуникационного проекта. Часто подразумевает под собой создание особого продукта стратегически направленная деятельность
12. последовательность взаимосвязанных событий, которые происходят в течении.....
13. целенаправленное, проработанное и запланированное создание объектов при использовании коммуникационных средств
14. стратегически продуманная система мероприятий с активным использованием коммуникационных средств между производителем и потребителем для достижения необходимых целей

Коммуникационный проект 143 группа

1. стратегически продуманная система действий, направленная на создание уникального продукта или услуги в условиях временных и ресурсных ограничений с помощью коммуникационных стратегий
2. стратегически продуманная система действий, направленная на достижение поставленных целей и задач (позиционирование, контакт с целевой аудиторией с использованием различных каналов продвижения)
3. стратегически продуманная система действий, направленная на достижение поставленных корпоративных целей
4. проект, направленный на ознакомление людей и нахождение путей решения определённой проблемной ситуации; стремление получать выгоду может сопровождать коммуникационный проект, однако не является его первоочередной целью. Основа всего – проблема.
5. комплекс мероприятий, ограниченных по времени, проводимых с целью создания/изменения образа социальных явлений, событий
6. комплекс мероприятий, целью которых является создание и поддержание общественного мнения об организации, и осуществляется в определенный промежуток времени
7. совокупность коммуникационных действий, имеющих определенную цель и набор задач, рассчитанных на определенный промежуток времени и выполняемых в соответствии с планом проекта
8. система действий, направленных на достижение некоторых корпоративных целей
9. стратегически продуманная система действий, направленная на достижение каскада корпоративных целей, направленная на установление эффективной коммуникации и получения фидбэка
10. продуманная система действий, направленная на достижение коммуникационных целей
11. комплекс заранее продуманных действий для реализации коммуникационных целей
12. комплекс мероприятий, направленных на установление устойчивой коммуникации с общественностью по определенному поводу
13. система действий, направленных на достижение различных целей, в первую очередь коммуникативных (создание связи между клиентом и компанией, формирование или изменение имиджа компании)
14. комплекс взаимосвязанных мероприятий, ограниченных по времени и нацеленных на достижение определенных коммуникационных задач, его результатом может быть создание какого-либо продукта, необходимо прежде всего учитывать качественные результаты
15. подразумевает под собой наличие некоего фидбэка, ограничен по времени, имеет конкретные цели и определенные задачи, не ставит задачу получения прибыли, скорее желает донести идею до общества
16. целенаправленная, ограниченная во времени деятельность, предполагающая создание уникального продукта, разработку коммуникационной стратегии и, впоследствии, изменение исходного состояния, которая, при этом, не ставит улучшение коммерческих показателей главной целью
17. это комплекс мер и мероприятий, в рамках которых решаются коммуникационные, а не маркетинговые задачи, а главная задача – это решение каких-то проблем, а не продвижение товара или бренда
18. совокупность мероприятий, связанных одними коммуникационными задачами, проект ограничен во времени и ресурсах, на выходе обязательно присутствует продукт
19. проект, в процессе создания которого креаторы определяют коммуникационную стратегию для достижения обозначенного результата, в процессе создания обязательно появляется новый продукт



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Спасибо за внимание!

101000, Россия, Москва, Мясницкая ул., д. 20

Тел.: (495) 621-7983, факс: (495) 628-7931

www.hse.ru