|  |  |
| --- | --- |
|  | **ГО «ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ****ПРЕС-КЛУБ»**[**http://pressclub.te.ua**](http://pressclub.te.ua) |
| **11 травня 2016 року** | **Контакти:**Анжела Кардинал - голова Тернопільського прес-клубу(050)5280315, (096)3903025 e-mail: akardynal@ukr.net |

**Шановні колеги!**

Запрошуємо Вас до участі у тренінгу на тему**: «Юридичні аспекти роздержавлення комунальних ЗМІ. Організація роботи рекламної служби в умовах ринкової економіки».**

**Тренінг відбудеться 11 травня (середа) готель «Тернопіль» вул. Замкова, 14 конференц-зал №2 (3-ій поверх)**

**Мета:** Сформувати розуміння керівниками комунальних медіа важливості рекламної служби в умовах самофінансування, показати приклади роботи рекламних служб успішних медіапідприємств, їх структури, а також варіанти активізації продажів реклами в друковані та онлайн медіа.

**Цільова аудиторія**: редактори, комерційні директори та керівники відділів реклами комунальних видань.

***Проект «Реформа роздержавлення комунальних друкованих ЗМІ у Тернопільській області» реалізовується Тернопільським прес-клубом у партнерстві з Тернопільською обласною державною адміністрацією за підтримки програми «Український Медійний Проект (У-Медіа)».***

**Тренер ОЛЕКСАНДР ЛЮТИЙ – медіа-юрист Інституту розвитку регіональної преси.** Закінчив факультет міжнародного права Академії адвокатури України. Працює в таких проектах: - юридична допомога для журналістів,- моніторинг веб-сайтів органів влади і ВУЗів, - витребування декларацій чиновників та перевірка даних.

**Тренер БОРИС РОДІЄВСЬКИЙ -** Член Асоціації українських медіа-консультантів, один з провідних тренерів Інституту розвитку регіональної преси. [www.irrp.org.ua](http://www.irrp.org.ua) та Інтерньюз Україна <http://internews.ua/> . Провів декілька десятків тренінгів та консалтингових проектів на замовлення громадських організацій України, Бєларусі, Казахстану. Автор книг «Те, що повинен знати та вміти менеджер відділу реклами ЗМІ», «Відділ продажу, практичні рекомендації керівнику».

Досвід практичної роботи в медіабізнесі з 1994 року від рекламного агента до першого заступника генерального директора медіа корпорації RIA (Вінниця, Тернопіль, Хмельницький, Козятин і т.д.) також створював і відповідав за роботу відділів реклами мережі міських газет «Газета по-киевски» (Львів, Донецьк, Харків, Одеса)

Зараз засновник РА «Агентство газетної реклами».

**ПРОГРАМА**

|  |  |
| --- | --- |
| **9.30-10.00** | **Реєстрація. Знайомство.** |
| **10.00 -12.00** | **Олександр Лютий, медіа юрист ГО «Інститут розвитку регіональної преси»**Юридичні аспекти процесу роздержавлення. Закон «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації».Етапи і способи реформування комунальних ЗМІ.Юридично правильний варіант алгоритму перетворення комунального видання у медіа бізнес.Особливості управління майном комунального медіа, придбання майна співвласниками, розподіл майнових часток.Державна підтримка новостворених ЗМІ після роздержавлення.Зразки нових статутів для газет.Складні випадки та форс-мажорні обставини, що можуть виникнути в процесі реформування.Відповіді на запитання. |
| **12.00-12.20** | **Перерва. Кава-брейк.** |
| **12.20-15.00** | **Борис Родієвський, експерт, Агентство газетної реклами**Навіщо потрібний відділ активних продажів рекламних послуг? У скільки разів повинні збільшитись надходження від реклами якщо добре запрацює відділ?Організація відділу реклами. Хто? Що? Як? Кому? повинен продавати ваш відділ реклами.Набір, навчання і введення в роботу нових співробітників.Організація продажу реклами в друковану та онлайн-версію.Планування в відділі реклами. Налагодження технології роботи і планів відділу в залежності від впливу зовнішнього середовища (кризи, сезонність і т.д.) Приклади. Практична робота підготовка плану відділу реклами.Методи активізації продажів - акцій, спецпроекти і т.д. Приклади. Практична робота розробка ідей акції методом мозкового штурму, написання КП. |
| **15.00-16.00** | **Обід і завершення тренінгу** |