**ДИРЕКЦИЯ „МАРКЕТИНГ И СТРАТЕГИЧЕСКО РАЗВИТИЕ“**

ТВ Академия

По време на втората ТВ Академия на БНТ, дирекция „Маркетинг и стратегическо развитие“ има интерес от специалисти в следните направления: **Маркетинг, Бранд мениджмънт, Комуникационен мениджмънт, Връзки с обществеността /PR/, Комуникационен мениджмънт, Дигитален маркетинг и др.**

За предпочитане е стажантите да бъдат във 3-ти и/или 4-ти курс на своето обучение. Следва да имат натрупан поне 2 (две) години опит в изучаването на съответната специалност или програма и да имат базови познания в областта, за която кандидатстват.

**Минимални изисквания** **към кандидатите** - желателно е студентите да имат базови познания за работа с офис пакет (Word, Excel, PowerPoint), както и познания в областта на дигиталните комуникации. За предимство се считат уменията за работа с програми за графична обработка, създаване на видео съдържание и други специализирани софтуери или участие в предишни комуникационни кампании. Това ще даде възможност на кандидатите да бъдат включени в проекти с подобна насоченост.

Стажантската програма е с ясно изразена практическа насоченост в рамките, на която, студентите могат да приложат натрупаните знания в съответната специалност и да добият практически умения и опит. Задачите, които стажантите ще получават ще са съобразени със специалността и са както от технически характер, който позволява на стажантите да навлязат в областта, прилагайки конкретни дейности (медия мониторинг, подготовка на текстове за различни комуникационни канали, обработка на информация, планиране на кампании, събития и други), така и да се включат на ниво планиране в по-мащабни проекти (нови предавания, имиджови кампании и различни инициативи, свързани с продуктите на БНТ).

**За ефективно включване в работния процес по планиране и реализация на конкретни задачи, дирекция „Маркетинг и стратегическо развитие“ предлага възможност за стаж с продължителност от 6-8 седмици** в рамките, на който студентите биват въведени в основните правила и начин на работа, получават конкретни задачи, според спецификата на актуалния маркетингов и комуникационен календар на БНТ и имат възможност да проследят проектите в пълната им степен на реализация. Присъственото време е съобразено с учебния график и възможностите на стажантите.

**В рамките на стажовете от програмата на ТВ Академия, дирекция „Маркетинг и стратегическо развитие“ има възможност за приеме до четирима (4) стажанти по едно и също време**. Стажанти, които са минали през програмата на ТВ Академия, нямат право да се включват отново.

За кандидатстване стажантите следва да представят кратка автобиография (CV), придружено с информация за допълнителни проекти и/или инициативи, в които са участвали, в случай, че има такива. С избраните студенти се провежда интервю, на което се представят възможностите за практически стаж и при избора се взимат предвид специалността, предишен опит, както и личните интереси и умения на стажанта.

**Отговорници (ментори) по основните направления в дирекция „Маркетинг и стратегическо развитие":**

**Виолета Цонкова, зам.-директор**

**ПРОГРАМA ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА СТАЖ В ДИРЕКЦИЯ „МАРКЕТИНГ И СТРАТЕГИЧЕСКО РАЗВИТИЕ“**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Седмица****(10 часа / седмично)** | **Ден****(средно 5 часа/ден)** | **Програма****(основни теми)** | **Отговорник****(по ресор)** |
| Седмица 1 | 1 – 2 | * Запознаване с екипа на дирекцията, правила за достъп, комуникация между звената и др.
* Запознаване с организация на работа и основни документи (ЗРТ, СЕМ, Правилник за вътрешния ред, актуална концепция за развитие на БНТ, вътрешни документи и др.
* Запознаване с каналите и платформите на БНТ (ефир – БНТ1, БНТ2, БНТ3 и БНТ4), дигитални канали – bnt.bg, bntnews.bg, bntsport.bg, профили в социални медии (FB, IG, YT, LinkedIn, Twitter, Viber)
* Запознаване с актуалните предавания, програмно съдържание и лица на телевизията (програмна схема на каналите)
 | Виолета Цонкова, зам.-директор  |
| Седмица 2 | 3 – 4 | * Процеси при създаване на рекламна/ПР кампания на ТВ продукт (планиране и управление на комуникационни проекти)
* Изграждане на интегрирани кампании (стратегия и маркетингов микс - бранд елементи, послания, промоция, външни канали, ПР, автореклама в собствени канали и др.)
* Управление на търговски марки (канали на БНТ и отделни ТВ продукти – сегментиране на каналите, профили на предавания и актуални новини)
* Преглед на пазарна ситуация, конкурентна среда, външни фактори, цели и ресурси (PEST, SWOT, SMART)
 | Жанета Дядовска, директор  |
| Седмица 3 | 5 – 6 | * Подготовка и писане на текстове за медии (прессъобщения, ПР материали, интервюта и др.
* Изготвяне на медия график на комуникационна кампания
* Изготвяне на прес мониторинг и дневен отчет (клипинг формати и месечен анализ)
* Оформяне на седмичен бюлетин с програмно съдържание за медии, визуален материал и дистрибуция
* Мониторинг и координация на съдържание за дигиталните канали и социални медии
* Изготвяне и управление на бюджет за кампания
* Измерване на ефективност
 | Виолета Цонкова, зам.-директор |
| Седмица 4 | 7 – 8 | * Правила за договаряне на медийни партньорства (текущи партньорства, видове становища, параметри на договаряне, отчетна форма и др.)
* Работа с медийни партньори – медиа планиране (печатни и онлайн медии, външна реклама)
 | Виолета Цонкова, зам.-директор |
| Седмица 5 | 9 – 10 | * Специални събития;
* Създаване на текстове, запис на VO, монтаж и видеообработка (примери от практиката)
* Координация с другите звена и обмен на информацията (ефир, програма, външни продукции и др.)
 | Жанета Дядовска, директор |
| Седмица 6 | 11 – 12 | * Обиколка в сградата на БНТ и запознаване с основни елементи от работата на другите дирекции и звена
* Представяне на стажантски проект по избор на стажанта:
 | Жанета Дядовска, директор |
| Седмица 7 | 13 – 14 | Примерни теми за разработка: 1. Идея за ПР кампания на продукт/съдържание на БНТ;2. Концепция за CSR или корпоративна кампания (лица на БНТ); 3. Идея за автореклама на съществуващо предаване (текст, визуални елементи, подход);4. Рисърч и анализ на тенденции за медийно поведение – електронни медии;5. Медиен контент анализ по избрана тема*Стажантският проект се разработва на база темите, които са застъпени по време на практиката, както и предоставената информация и ресурси и има за цел да засили практическата насоченост и да затвърди придобитите знания и умения. Темата е по избор. Обем на разработките – до 5 страници в текстови формат и/или до 10 страници power point презентация. Обсъждане и дискусия с наставниците в последната седмица от стажа.* | Виолета Цонкова, зам.-директор |

*Заб. Програмата е примерна и подлежи на промяна в зависимост от текущите проекти и кампании и разпределението им в посочения период*