

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего профессионального образования
«Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций
им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»

Кафедра Социально-политических наук

ДИСЦИПЛИНА

**Организация и планирование деятельности по связям с
общественностью**

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ ПРИ ПОДГОТОВКЕ
К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

Направление подготовки	Реклама и связи с общественностью 42.04.01
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Магистр
Форма обучения	Очное
Составитель:	к.полит.н., доцент Шутман Д.В.

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры СПН
(протокол № _____ от _____)

Зав. кафедрой _____ (Чернов С.А.)

Содержание:

1. Введение
2. Список литературы
3. Интернет-ресурсы
4. Темы практических занятий
5. План самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям

1. Введение

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов при подготовке к практическим занятиям по дисциплине «Организация и планирование деятельности по связям с общественностью» составлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры), в соответствии с рабочим учебным планом и в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Целью дисциплины является рассмотреть основные теоретические и практические концепции в области деятельности по связям с общественностью; рассмотреть ее как систему, обладающую безусловной актуальностью в контексте современной жизни; определить специфику содержания этапов деятельности по связям с общественностью.

Задачи дисциплины:

сформировать знания и представления о: процедурах организации деятельности по связям с общественностью; формах организации коммуникационных кампаний, техниках формирования коммуникационных программ и проектов.

Для выполнения задания необходимо изучить рекомендованную или самостоятельно подобранную к теме литературу и интернет-ресурсы. Затем осмыслить и извлечь из нее фактический и оценочный материал, распределить по пунктам принятого плана и представить в виде презентации.

Оценка выполненного задания строится на основе учета:

- понимания изученной темы;
- полноты ее раскрытия;
- знания литературы;
- ясного, логичного и аргументированного изложения.

2. Список литературы

Основная литература:

1. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс]: учебник/ Ф. И. Шарков. — М. : Дашков и К, 2014. — 330 с.
2. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : учеб. пособие / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 159 с.

Дополнительная литература:

1. Связи с общественностью как социальная инженерия [Текст] : учебное пособие / В. А. Ачкасова [и др.] ; ред.: В. А. Ачкасова, Л. В. Володина ; рец.: А. П. Баранников, С. А. Лосев, 2005. - 336 с.
2. Романов А. А. Реклама и PR [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Романов А. А., 2012. - 212 с.
3. Китчен Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Китчен Ф., 2012. - 454 с.

4. Пономарев Н. Ф. Политические коммуникации и манипуляции [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Пономарев Н. Ф., 2007. - 129 с.

3. Интернет-ресурсы

Наименование ресурса	Адрес
PR в России: всероссийский научно-популярный журнал	http://rupr.ru/
Библиотека Екатерины Алеевой: журналистика, реклама, PR	http://www.eartist.narod.ru/journ.htm
Бренд, PR-технологии, теория маркетинга и услуг	http://marketingist.ru

4. Темы практических занятий

Тема 1. Введение. Предмет и задачи курса.

Тема 2. Связи с общественностью: определение цели и функции

Тема 3. Общая схема деятельности по связям с общественностью

Тема 4. Коммуникационные кампании

5. План самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям

Тема 1. Введение. Предмет и задачи курса

План:

1. Предмет курса «Организация и планирование деятельности по связям с общественностью».
2. Задачи курса «Организация и планирование деятельности по связям с общественностью».

ТЕМА 2. Связи с общественностью: определение цели и функции

План:

1. Многообразие подходов к определению СО
2. Виды СО.
3. Понятие информационного повода.
4. Паблсити.

Тема 3. Общая схема деятельности по связям с общественностью

План:

1. Основные этапы проведения.
2. Различные модели проведения коммуникационной кампании.

ТЕМА 4. Коммуникационные кампании

План:

1. Определение коммуникационной кампании.
2. Различия коммуникационной кампании и рекламной кампании.
3. Цели и средства коммуникационной кампании.