

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

КАФЕДРА «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«Теория и практика связей с общественностью»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью

Автор

С.В. Меликян

Воронеж – 2021

Введение

Цели изучения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»:

- дать студентам базовые знания по предмету «Теория и практика связей с общественностью» как важнейшей составляющей коммуникационной деятельности;
- выработать у них практические навыки PR-деятельности применительно к современным товарным рынкам и современному обществу.

Задачи освоения дисциплины:

- рассмотреть социально-экономическую сущность, принципы, функции PR;
- выявить место и роль PR и массовой информации в рыночных условиях, его особенности;
- изучить особенности разработки PR стратегий для обеспечения конкурентных преимуществ для бизнеса, власти и общества;
- научить их использовать основные инструменты PR и массовой информации для реализации целей компании;
- исследовать проблемы и перспективы выбора рациональных форм PR-деятельности.

I Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа – это планируемая работа студентов, которую они выполняют по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его прямого участия. Самостоятельная работа нацелена на повышение уровня теоретического и практического освоения студентами данного курса.

Самостоятельная работа необходима не только для освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью», но и для формирования навыков самостоятельной работы как в учебной, так и профессиональной деятельности. Каждый студент учится самостоятельному решению проблем, нахождению оригинальных творческих решений.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, текстов лекций, систематизацию прочитанного материала, решение стандартных и нестандартных задач т.п.), которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины «Теория и практика связей с общественностью». Самостоятельная работа по данной дисциплине может осуществляться в различных формах (например, подготовка докладов;

написание рефератов; публикация тезисов; научных статей; подготовка и защита курсовой работы / проекта; подготовка презентаций, спичрайтерских выступлений и др.). Виды заданий для внеаудиторной самостоятельной работы, их содержание и характер могут иметь вариативный и дифференцированный характер, учитывать индивидуальные особенности студента. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов online и на занятиях в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности.

Самостоятельная работа выполняется на основе изучения литературы (коллективных произведений, монографий, статей и др.), в которых предметом специального рассмотрения является тема самостоятельной работы, а также с использованием предложенной преподавателем методической литературы. Подбор литературы следует начинать с ознакомления с предметным, систематическим каталогами и ресурсами электронной библиотеки ВГТУ. Подбор литературы завершается составлением сводного списка литературы, подлежащей изучению. Самостоятельная подготовка может вестись с использованием списка основной и дополнительной литературы.

При выполнении самостоятельной работы студент должен пройти следующие этапы: определение цели самостоятельной работы; конкретизацию проблемной или практической задачи; планирование (самостоятельно или с помощью преподавателя) самостоятельной работы по решению задачи; реализацию программы выполнения самостоятельной работы.

Работа должна содержать: обоснование актуальности темы, формулировку целей и задач; степень разработанности проблемы, характеристика объекта исследования; изложение содержания методов получения, обработки и анализа информации, используемых в самостоятельной работе; результаты анализа и исследовательской деятельности; выводы, сформулированные студентом по результатам работы, их обоснование.

Самостоятельная работа по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» выполняется в виде:

1. Проведение коллоквиумов. Коллоквиум – устная дискуссия по определенной теме, в ходе которой обсуждается информация, собранная из одного или нескольких источников. Работа,

проводимая студентом при подготовке к коллоквиуму, должна обязательно включать самостоятельное мини-исследование, осуществляемое студентом на материале лекции, научных статей, тезисов докладов, вебинаров т.п.

2. Группового творческого задания – частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Рекомендуется для оценки умений и владений студентов.

Примерные вопросы к коллоквиумам:

Коллоквиум №1 «Работа со СМИ (Media relations)»

Вопросы для обсуждения:

1. Система СМИ современной России.
2. Основные принципы работы со СМИ.
3. Виды и формы работы со СМИ.
4. Технические документы в работе со СМИ (медиа-база, медиа-досье).
5. Информационная стратегия в работе со СМИ. Медиапланирование в СО.
6. Мероприятия для СМИ (виды, организация и проведение).
7. Технология проведения пресс-конференции.
8. Пресс-кит (состав, подготовка, оформление, использование в СО).
9. Пресс-релиз (структура, компоненты, содержание, стилистика, правила оформления; рассылка пресс-релиза, примеры), виды пресс-релизов и использование в СО.
10. Профессиональный копирайт (сценарии, статьи, тексты выступлений, заявлений и т.д.).
11. Оценка эффективности медиарилейшенз.
12. Взаимодействие со СМИ в кризисных ситуациях.

Коллоквиум № 2. «Технологии работы с целевыми аудиториями».

Вопросы для обсуждения:

1. Целевая аудитория. Основы работы с ней.
2. Сегментация и описание ЦА. Критерии сегментации.
3. Потребители. Типы и описание.

4. Акционеры и инвесторы. Технологии работы с ними.
5. Общественность. Принципы и технологии работы.
6. Партнеры и профессиональные сообщества.
7. Лидеры мнений. Типы.
8. Конкуренты. Анализ конкурентной среды. Технологии работы с конкурентами.
9. Технологии таргетинга в сети Интернет.
10. Внутренняя общественность как ЦА.
11. Обратная связь. Цели и способы установления.
12. Оценка эффективности в PR. Основные сложности. Критерии и методы оценки.
13. Модели оценки эффективности российских и западных специалистов.

Выполнение группового творческого задания (пример):

Представьте, что Вам необходимо провести экспертный опрос по теме: «Эффективность рекламы в городском пространстве». Составьте вопросник, определите объем выборки и состав экспертов. Разработайте блок вопросов для анкетного опроса с целью изучения отношения потребителей к конкретной организации (выбор организации на Ваше усмотрение). Основное требование – отразить в вопросах все составляющие отношения: когнитивное, эмоциональные, поведенческие, а также разную степень лояльности (объем 4-5 стр.).

II Методические рекомендации для выполнения курсового проекта

В ходе работы над курсовым проектом студент закрепляет материал, полученный на аудиторных занятиях, приобретает навыки научного мышления, осваивает методологию исследования, самостоятельно получает дополнительные теоретические знания, закрепляет их на практике.

Работа над курсовым проектом заключается в последовательном выполнении следующих этапов:

- выбор темы;
- составление плана исследования;
- сбор и изучение литературы;
- формулирование рабочей гипотезы;
- сбор и обработка эмпирических данных;
- написание работы.

Курсовой проект должен иметь определенную структуру,

включающую следующие элементы:

- введение (обосновывается актуальность, формулируются цель, задачи исследования, обозначаются методы исследования, а также прочие вопросы, являющиеся важными для правильного понимания сущности данной работы);
- теоретическая часть (обзор литературы и постановка задачи, описание применяемых методов, методик и инструментов для решения поставленных задач);
- практическая часть (описание собственного эмпирического исследования, изложение конкретных результатов);
- заключение (содержит общие выводы по проведенному студентом исследованию);
- список использованной литературы (оформленный по ГОСТу);
- приложения (иллюстративный материал к исследованию).

Примерная тематика курсового проекта:

1. Современные PR-технологии и их использование в стимулировании продаж (на примере...)
2. Анализ PR-деятельности компании «...».
3. Сравнительный анализ PR-деятельности компаний «...» и «...».
4. Анализ рекламной и PR-деятельности компании «...».
5. Специфика осуществления PR-деятельности в сфере ... (например: страховом бизнесе, фармацевтической промышленности, строительстве и др.)
6. PR-деятельность в туризме (на примере туристической фирмы «...») Использование PR-технологий в предвыборной кампании (на примере выборов в г.Воронеже)
7. Паблик рилейшнз в коммуникационной политике строительных компаний.
8. Влияние изменений рыночной среды на рекламную и PR-деятельность компании.
9. Определение целевой аудитории ВГТУ как коммерческой организации.
10. Исследование стереотипов восприятия ВГТУ среди целевой аудитории
11. PR-подразделение в государственной организации: структура, особенности функционирования, взаимодействие с профессиональными PR-агентствами.
12. Особенности PR-коммуникации для агентства недвижимости
13. Организация PR-подразделений в сфере частного бизнеса.
14. Эффективность PR-деятельности и способы её оценки.
15. Организация специальных событий (информационный повод).
16. Организация PR-мероприятий по продвижению интенсивного бизнес-образования (на примере ...).
17. Организация специальных событий в сфере частного бизнеса.

18. Организация и проведение выставок в деятельности компании «...».
19. Участие в экспозиционной деятельности как эффективный механизм формирования имиджа фирмы «...».
20. Организация специального события на примере проведения научной конференции «...».
21. Создание специального события. Презентация.
22. Работа специалиста по связям с общественностью при организации и проведении выставки.
23. Типология информационных поводов современной корпорации.
24. Анализ воронежского рынка PR-услуг.
25. Потребность в PR-услугах общественных организаций (в социальной сфере, в среднем и малом бизнесе и др.)
26. Каналы коммуникации, используемые при позиционировании организации
27. Исследование стереотипов восприятия компании «...» среди целевой аудитории
28. Востребованность услуги формирования внешнего имиджа в среднем и малом бизнесе г. Воронежа.
29. Востребованность услуги формирования внешнего имиджа некоммерческих организаций г. Воронежа.
30. Необходимость использования PR –технологий в малом бизнесе (на примере...).
31. Web-сайт как базовая форма PR-представительства в Интернете.
32. Корпоративное позиционирование различных аспектов (указать каких конкретно) деятельности компании во внешней среде.
33. PR-технологии при формировании корпоративного имиджа компании «...».
34. Корпоративный имидж как результат позиционирования на рынке

Контроль над самостоятельной работой студента осуществляется преподавателем во время консультаций и практических занятий с помощью тестирования, собеседования, защиты курсового проекта, публичного доклада, подготовки реферата.

III Методические рекомендации по организации контактной работы студента с преподавателем при освоении дисциплины

Общие положения

Методические рекомендации по организации форм контактной работы студента с преподавателем содержат описание методов и средств использования электронной информационно-обучающей среды при реализации учебных занятий по освоению дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» направления бакалавриата 42.03.01 Реклама и

связи с общественностью.

Под контактной работой студентов с преподавателями в электронной информационно-образовательной среде (далее – контактная работа в ЭИОС) понимается образовательная деятельность, основанная на взаимодействии обучающихся с педагогическими работниками в ЭИОС, организованном с помощью средств ЭО и ДОТ в целях достижения образовательных результатов. Контактная работа в ЭИОС может происходить с использованием исключительно активных методов обучения при синхронном или асинхронном формате взаимодействия обучающихся с педагогическими работниками в ЭИОС.

С целью прохождения обучающимися образовательных программ в полном объеме каждый преподаватель дисциплины (модуля) самостоятельно определяет формы обучения по каждой дисциплине (модулю). Для освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»: скайп-конференции, онлайн-курсы, презентации, вебинары, общение через мессенджеры, электронную почту, социальные сети.

Ответственный за организацию технического сопровождения перехода на реализацию образовательных программ с применением исключительно ДОТ создает в облачном хранилище (Google-диск, Яндекс.диск и др.) систему контроля выдачи заданий обучающимся.

В рамках этой работы при освоении курса по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» проводятся видеолекции, вебинары по организации самостоятельной работы студентов на основе учебно-методических комплексов, вебинары по сложным темам курса; вебинары практической направленности, тематические, проблемные, консультационные форумы, форумы по организации самостоятельной работы студентов, образовательные вебквесты, индивидуальные и групповые видеоконсультации и др.

Промежуточная, итоговая, государственная итоговая аттестация обучающихся с использованием дистанционных образовательных технологий осуществляется через автоматизированное тестирование, выполнение письменных работ, проведение устных экзаменов, зачетов, собеседований, формирование и оценивание портфелей обучающихся, проведение учебных вебконференций и др.

Основой учебно-методического обеспечения контактной работы обучающихся с преподавателем является учебно-методический комплекс по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» размещенный в электронной информационно-образовательной среде университета и

включающий комплект электронных образовательных ресурсов, обеспечивающих все виды работы в соответствии с программой учебного предмета «Теория и практика связей с общественностью».

Организация контактной работы в ЭИОС по освоению дисциплины «Теория и практика связей с общественностью».

Организация контактной работы при реализации учебных занятий по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» в ЭИОС (иначе – онлайн-занятий) может осуществляться при непосредственном включении в образовательную деятельность элементов систем и сервисов ЭИОС, позволяющих установить синхронное либо асинхронное взаимодействие между обучающимися и педагогическими работниками. Организация образовательной деятельности в ЭИОС ВГТУ в форме контактной работы возможна за счет использования элементов таких систем и сервисов как:

- Электронная информационно-образовательная среда ВГТУ - <http://eios.vorstu.ru/>, которая позволяет организовать образовательный процесс посредством использования информационно-образовательных технологий и сервисов ЭИОС; обеспечить доступ обучающихся и преподавателей к информационно-справочным и информационным образовательным ресурсам ЭИОС университета посредством использования информационно-коммуникационных технологий и сервисов ЭИОС, а также обеспечить эффективные коммуникации и взаимодействие всех участников образовательного процесса.
- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/>.
- Электронные библиотечные системы и научная библиотека ВГТУ.
- «Студенческий чат ВГТУ» – web приложение для взаимодействия преподавателей и студентов, элементы которого предполагают возможность обратной связи со стороны преподавателя в виде комментария или оценки работы обучающегося и могут быть использованы для организации всех видов учебных занятий, в частности по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью».

При организации в ЭИОС лекций, разъяснительной части практических занятий, консультаций по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» активно используется сервис видеоконференций в системе Zoom для проведения:

- лекций;
- практических занятий;
- семинаров по организации самостоятельной работы студентов;
- консультации по сложным темам курса и др.

При осуществлении контактной работы применяются и иные формы взаимодействия со студентами. Эффективным инструментом контактной работы при освоении дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» являются корпоративные группы кафедры «Связи с общественностью» в социальной сети ВКонтакте для размещения актуального обучающего контента:

«Profi comunica» <https://vk.com/club1933500754>;

Студенческая лаборатория «PR прямого действия. Мастерская профессионалов» - <https://vk.com/club31511967>.

Для организации консультаций по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» используется сервис «Чат» и «Беседа» ВКонтакте группы кафедры «Связи с общественностью» https://vk.com/pr_vgasu.

При организации контактной работы в ЭИОС в рамках одного учебного занятия по одной теме дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» возможно использование нескольких элементов контактной работы.

При использовании комбинации ресурсов дистанционного обучения для студентов размещается актуальная информация о регламенте изучения всего курса дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» (или отдельной темы) для обеспечения их связи в учебной работе студента посредством гиперссылок и поясняющего текста.

При использовании комбинации элементов также возможно использование элементов и ресурсов ЭИОС, не предполагающих взаимодействия между обучающимися и педагогическими работниками для организации вводной части занятия, актуализации пройденного учебного материала, обеспечения дополнительной образовательной активности и т.д. – в качестве вспомогательных элементов и ресурсов при их сочетании с элементами контактной работы используется, например, *электронная почта преподавателя*.

Примечание: *сокращения, определения и ссылки.*

ДОТ – дистанционные образовательные технологии. ЭИОС – Электронная информационно-образовательная среда университета - <http://eios.vorstu.ru/>.

«Студенческий чат ВГТУ» – web-приложение для взаимодействия преподавателей и студентов.

«Profi communica» <https://vk.com/club1933500754>; Студенческая лаборатория «PR прямого действия. Мастерская профессионалов» <https://vk.com/club31511967> – корпоративные группы в социальной сети

ВКонтакте для студентов и преподавателей для размещения актуального обучающего контента.

Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Скрипникова, Надежда Николаевна Реклама, консалтинг, public relations: теоретические брифы учеб. пособие. - Воронеж : [б. и.], 2015
2. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Государственный PR, связи с общественностью для государственных организаций и проектов. Учебник для бакалавров. – Москва: Инфа. – 2013. – 329 с.
3. Чумиков А.Н. Кейсы и деловые игры: учебное пособие. – Москва: Кнорус. – 2010. – 152 с.
4. Скрипникова, Надежда Николаевна Связи с общественностью: Теоретические брифы: учеб. пособие. - Воронеж : [б. и.], 2012 -58 с.
5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Реклама, публич рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 324 с.—Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5249>
6. Булатова С.Н. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Булатова С.Н.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2012.— 80 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22113>.
7. Гарин Н.Н. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Гарин Н.Н., Данилов И.А., Жуков О.Б.— Электрон. текстовые данные.—М.: Аспект Пресс, 2011.— 198 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8968>
8. Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.—Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972>