

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Северный (Арктический) федеральный университет
имени М.В. Ломоносова»

М.В. Дубенкова

Связи с общественностью

Учебное пособие

Архангельск



ИД САФУ
2014

УДК 659.4(07)
ББК 60.842Я73
Д79

*Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом
Северного (Арктического) федерального университета
имени М.В. Ломоносова*

Рецензенты:

Е.Е. Котцова, доктор филологических наук, заведующая кафедрой
русского языка и речевой культуры института филологии
и межкультурной коммуникации САФУ;
А.С. Липницкий, генеральный директор ООО «Имидж-пресс»,
член правления Союза журналистов Архангельской области

Дубенкова, М.В.

Д79

Связи с общественностью: учебное пособие / М.В. Дубенкова;
Сев. (Арктич.) федер. ун-т им. М.В. Ломоносова. – Архангельск:
ИД САФУ, 2014. – 90 с. : ил.

ISBN 978-5-261-00881-1

Учебное пособие содержит теоретический материал и блоки практических заданий, позволяющих совершенствовать навыки в сфере связей с общественностью. Рассмотрены основные закономерности, стратегии и технологии, существующие в пространстве коммуникаций организации и общества. Предложены подходы к проектированию и определению эффективности деятельности в сфере связей с общественностью.

Предназначено для студентов направления подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью», специальности 080111.65 «Маркетинг» всех форм обучения.

УДК 659.4(07)
ББК 60.842Я73

ISBN 978-5-261-00881-1

© Дубенкова М.В., 2014
© Северный (Арктический)
федеральный университет
им. М.В. Ломоносова, 2014

Предисловие

Развитие дисциплины «Связи с общественностью» как информационного моста в процессе регулирования отношений между гражданами и государством, гражданами и коммерческими организациями, выводит на первый план согласование интересов и координацию усилий различных групп населения, общества и бизнеса в решении тех или иных вопросов и выработке стратегии действий.

Рост значимости PR в XXI веке обусловлен самим процессом формирования деловой среды, которая становится все более зависимой от общества, его мнения и поведения. В настоящее время PR-деятельность, представляя собой систему методов (техник), способов и приемов, применяемых в определенной последовательности для воздействия на общественное мнение, выступает одним из наиболее важных инструментов конструирования социальной реальности. Теоретические подходы и концепции, лежащие в основе современных PR-технологий, активно развивались и усложнялись на протяжении XX века в рамках теории информации и понимания моделей социальной коммуникации в современном обществе.

Данное учебное пособие, прежде всего, предусматривает обзор и авторское переосмысление накопленного интеллектуального капитала по рассматриваемой тематике. В основу пособия положены труды российских и зарубежных авторов: Б.Л. Борисова, С. Катлипа, Г.Г. Почепцова, Ф. Джефкинса, Э.В. Кондратьева, А.Г. Абрамова, Г.Д. Тульчинского, а также разработки Агентства социальной информации (АСИ) и пр. При всем многообразии термина «связи с общественностью» автор считает необходимым остановиться на принципиальной позиции, характеризующей PR как управленческую функцию по установлению и поддержанию взаимовыгодных отношений между организацией и обществом.

Целью данного пособия является овладение студентами принципами и методами PR-деятельности. В процессе изучения курса у студентов формируются навыки принятия решений, использования PR-приемов и механизмов в конкретной ситуации. В основу практических заданий и кейсов положен опыт автора по созданию и реализации PR-проектов в коммерческой и некоммерческой сферах.

Автор благодарит рецензентов учебного пособия – доктора филологических наук, заведующую кафедрой русского языка и речевой культуры института филологии и межкультурной коммуникации САФУ Е.Е. Котцову, генерального директора ООО «Имидж-пресс», члена правления Союза журналистов Архангельской области А.С. Липницкого, заслуженного художника России Евгения Зимирева и Татьяну Зимиреву за поддержку и профессиональные советы. Особую благодарность автор выражает А.А. Морозовой за участие и помощь в написании данного пособия.

Оглавление

Предисловие.....	3
Глава 1. Основы дисциплины «Связи с общественностью»	5
Понятие PR. История появления и развития PR	5
Что изучает PR?	8
PR и другие дисциплины.....	11
Виды PR.....	13
Глава 2. PR-проектирование	18
Оценка ситуации. Выбор цели. Определение контекста.....	18
Коммуникации и распространение информации	21
Информационное послание.....	28
Глава 3. Организация PR-коммуникаций	34
Публичные мероприятия.....	34
PR-тексты	36
Оценка эффективности PR-деятельности.....	37
Глава 4. Создание корпоративного имиджа и управление им	49
Корпоративный имидж.....	49
Корпоративная идентичность, или фирменный стиль	55
Глава 5. Миф как инструмент PR-деятельности.....	63
Миф как феномен культуры.....	63
Природа и формы мифа.....	65
Типология мифа	71
Основные понятия	76
<i>Приложение 1. Темы курсовых и творческих работ</i>	<i>87</i>
<i>Приложение 2. Вопросы выходного контроля знаний</i>	<i>88</i>