

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Томский государственный университет
систем управления и радиоэлектроники

Разработка PR-стратегии

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям
и для самостоятельной работы для студентов всех направлений
подготовки и специальностей

Томск
2022

УДК 32.019.51
ББК 60.56
К 721

Рецензент:

Берсенов М.В., доцент кафедры истории и социальной работы ТУСУР,
канд. ист. наук

К 721 Разработка PR-стратегии: методические рекомендации для практических занятий и самостоятельной работы для студентов всех направлений подготовки и специальностей / Сост. А.Г. Костерев. – Томск : Томск. гос. ун-т систем упр. и радиоэлектроники, 2022. – 13 с.

Настоящие методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям и самостоятельной работы студентов составлены с учетом требований федерального образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО).

Методические рекомендации содержат темы и вопросы к практическим занятиям и самостоятельной работе, вопросы к экзамену. Предназначены для студентов всех направлений подготовки и специальностей.

Одобрено на заседании каф. ИСР протокол № 1 от 02.02.2022

УДК 32.019.51
ББК 60.56

© А.Г. Костерев, 2022
© Томск. гос. ун-т систем упр. и радиоэлектроники, 2022

Содержание

Ведение.....	4
Содержание практических занятий	5
Самостоятельная работа студента	9
Примерный перечень вопросов к экзамену	10
Примерные тесты	11
Рейтинг	12
Список литературы	13

ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Разработка PR-стратегии» имеет целью приобретение студентами теоретических знаний и формирование практических способностей в сфере PR менеджмента и технологий.

Задачи учебного курса:

- Сформировать представление об основах PR-деятельности, ознакомить с историей её возникновения, мировым и отечественным опытом работы, с развитием её главных принципов, методов и закономерностей;
- Раскрыть основы стратегического планирования профессиональной деятельности в области связей с общественностью для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества;
- Выявить и проанализировать основные подходы к определению, типологии, структуре, оценке эффективности различных форм профессиональной деятельности в области связей с общественностью для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества;
- Научить конкретным технологиям, методам и приёмам стратегического планирования и ведения PR-кампаний в рамках основной формы профессиональной деятельности;
- Способствовать формированию навыков самостоятельной ориентации и творческого поиска в сфере связей с общественностью, массовых коммуникаций и других смежных областях.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: теоретические основы PR-деятельности, её место и роль в современном коммуникационном пространстве;

уметь: эффективно применять различные технологии и методы выстраивания PR-стратегий;

владеть: навыками самостоятельной организации и проведения PR-кампаний.

СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.

Тема 1. PR – понятие; генезис и эволюция; место и роль в современном социуме.

Вопросы

1. Подходы к понятию PR
2. Историческое развитие PR как области знаний и сферы деятельности
3. Особенности PR как прикладной социальной науки
4. Сферы применения и возможности PR в современном мире

Литература:

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146809> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454486> (дата обращения: 17.10.2022).

Тема 2. Функции, задачи и принципы деятельности по связям с общественностью.

Вопросы

1. Функции PR
2. Задачи PR
3. Принципы PR

Литература:

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146809> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454486> (дата обращения: 17.10.2022).

Тема 3. Управление PR: стратегическое планирование и тактика - проектирование кампаний.

Вопросы

1. Общая характеристика этапов планирования PR
2. Целеполагание: от стратегии к тактике
3. Проектная деятельность в PR

Литература:

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146809> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454486> (дата обращения: 17.10.2022).

Тема 4. Средства PR-коммуникаций и формы информационных материалов.

Вопросы

1. Типология средств PR-коммуникаций
2. Неконтролируемые средства
3. Контролируемые средства

Литература:

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146809> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454486> (дата обращения: 17.10.2022).

Тема 5. Взаимодействие со СМИ. Управление информацией и формы подачи информационно-новостных материалов.

Вопросы

1. Теоретические модели массовых коммуникаций
2. Современные российские СМИ
3. Управление новостями: их создание и подача

Литература:

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146809> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454486> (дата обращения: 17.10.2022).

Тема 6. Особенности организации и проведения кампаний в государственной сфере.

Вопросы

1. Коммуникационный аудит
2. Ситуационный анализ
3. Проектирование PR-кампаний для субъектов государственного управления

Литература:

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146809> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454486> (дата обращения: 17.10.2022).

Тема 7. Особенности организации и проведения кампаний в коммерческой сфере.

Вопросы

1. Коммуникационный аудит
2. Ситуационный анализ
3. Проектирование PR-кампаний для бизнес-структур

Литература:

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146809> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454486> (дата обращения: 17.10.2022).

Тема 8. Особенности организации и проведения кампаний в некоммерческом секторе.

Вопросы

1. Коммуникационный аудит
2. Ситуационный анализ
3. Проектирование PR-кампаний для НКО

Литература:

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146809> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454486> (дата обращения: 17.10.2022).

Тема 9. Проблемы оценивания эффективности PR-стратегий.

Вопросы

1. Подходы к оценке эффективности стратегии.
2. Основные методы оценки параметров эффективности кампании.
3. Экспертная оценка в системе управления кампанией.

Литература:

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146809> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454486> (дата обращения: 17.10.2022).

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Для эффективной самостоятельной работы студентам необходимо проработать материал лекций и практических занятий. Изучить основную и дополнительную литературу. В процессе самостоятельной работы необходимо ориентироваться на задание по самостоятельной работе, обратив внимание на форму контроля. Для проверки своих знаний студентам также предложен примерный тест в этом же разделе пособия. Неотъемлемой частью самостоятельной работы студента является подготовка к сдаче экзамена. Вопросы для сдачи экзамена представлены в разделе «Экзаменационные вопросы» данных методических рекомендаций.

Название разделов, (тем) дисциплин	Виды самостоятельной работы	Формы контроля
1 PR – понятие; генезис и эволюция; место и роль в современном социуме	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
2 Функции, задачи и принципы деятельности по связям с общественностью	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
3 Управление PR: стратегическое планирование и тактика - проектирование кампаний	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
4 Средства PR-коммуникаций и формы информационных материалов	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
5 Взаимодействие со СМИ. Управление информацией и формы подачи информационно-новостных материалов	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
6 Особенности организации и проведения кампаний в государственной сфере	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
7 Особенности организации и проведения кампаний в коммерческой сфере	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
8 Особенности организации и проведения кампаний в некоммерческом секторе	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
9 Проблемы оценивания эффективности PR-стратегий	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ:

1. Сущность и принципы связей с общественностью. Подходы к определению сущности понятия «публик рилейшнз».
2. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях.
3. Функции PR-служб в органах власти.
4. Построение проекта PR-кампании.
5. Избирательная кампания: определение, цели. PR-средства избирательной кампании.
6. Направления воздействия PR на общественные отношения.
7. Взаимосвязь и различия PR с рекламой, журналистикой и пропагандой.
8. Предпосылки возникновения и этапы развития PR.
9. Тенденции развития PR в XXI веке.
10. История развития связей с общественностью в России.
11. Цели и задачи публик рилейшнз в организации.
12. Формирование благоприятного образа PR-объекта.
13. Виды групп общественности. Анализ групп общественности.
14. Типы кризисов с точки зрения PR. Основные составляющие программы управления кризисами.
15. Определение понятия лоббизм. Типы лоббирования.
16. Типы общественных связей между организацией и ее группами общественности.
17. Этапы планирования PR- деятельности.
18. PR-стратегии реагирования.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТЫ

1. Цели PR акций:
 - а) изменить мнение общественности
 - б) сформировать общественное мнение
 - в) усилить существующее общественное мнение
 - г) все варианты верны
2. Лидеры мнений составляют:
 - а) 10-15 % населения
 - б) 5-7 % населения
 - в) 17 % населения
 - г) 20 % населения
3. Рекламу не характеризует:
 - а) платный характер
 - б) контроль заказчика
 - в) увеличение продаж
 - г) длительная перспектива
4. Пропаганду отличает:
 - а) направленность на удержание власти
 - б) применение для добрых целей
 - в) материальная выгода
 - г) правдивость
5. Эдвард Бернейз представитель подхода:
 - а) системного
 - б) рационального
 - в) альтруистического
 - г) коммуникативного менеджмента
6. Френк Джефкинкс представитель подхода:
 - а) рационального
 - б) альтруистического
 - в) коммуникативного менеджмента
 - г) системного
7. PR не является:
 - а) функцией управления
 - б) проф. деятельностью
 - в) учебной дисциплиной
 - г) разделом маркетинга
8. Группы общественности не выделены, если:
 - а) привлекается внимание всей общественности
 - б) установлены приоритеты в рамках бюджета
 - в) сообщение приемлемо и эффективно
 - г) выбраны медиа и методы их использования
9. Лидеры мнений это:
 - а) неформальные авторитеты
 - б) выборные авторитеты
 - в) приглашённые эксперты
 - г) официальные лица
10. Первоначально PR возникли на стыке:
 - а) пропаганды и журналистики
 - б) рекламы и журналистики
 - в) пропаганды и рекламы
 - г) маркетинга и журналистики

РЕЙТИНГ

Формы контроля	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
Устный опрос / собеседование	10	15	15	40
Тестирование	10	10	10	30
Экзамен				30
Итого максимум за период	20	25	25	100
Нарастающим итогом	20	45	70	100

Формирование оценок за контрольную точку:

- 90-100% от максимально возможного на момент КТ количества баллов – «отлично»;
- 80-89% – «хорошо»;
- 60-79% - «удовлетворительно»;
- менее 60% - неудовлетворительно.

Методика формирования итоговой оценки по дисциплине:

- 5 (отлично) 90 - 100 баллов
- 4 (хорошо) 70 – 89 баллов
- 3 (удовлетворительно) 60 – 69
- 2 (неудовлетворительно) ниже 60 баллов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146809> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454486> (дата обращения: 17.10.2022).