

**СОЧИНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)  
федерального государственного автономного  
образовательного учреждения высшего образования  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»  
(РУДН)  
ИСТОРИКО-ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Основная профессиональная образовательная программа  
высшего образования  
Направление 46.03.01 «История»  
Профиль «Историко-культурный туризм»**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Организация PR-кампаний</b>
<b>Объем дисциплины</b>	<b>2 ЗЕ (72 час.)</b>
<b>Краткое содержание дисциплины</b>	
<b>Название разделов (тем) дисциплины:</b>	<b>Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:</b>
Предмет «Связи с общественностью». Историческое развитие связей с общественностью.	Истоки связей с общественностью: межличностная коммуникация, искусство красноречия, организация специальных мероприятий в Вавилоне, Древней Греции, Древнем Риме. Министерство военной информации в США. Развитие связей с общественностью в период после Второй мировой войны. Модели связей с общественностью. Главные тенденции развития СО в современном мире. Термины, используемые в связях с общественностью.
Исследование в связях с общественностью.	Практическое значение исследовательской работы: определение целевых аудиторий, определение стратегии, предупреждение кризиса, мониторинг конкурентов, управление общественным мнением, оценка успеха. Техники исследовательской работы. Методики работы с респондентами.
Планирование PR-программы.	Роль планирования в процессе связей с общественностью. Понятие «управление по целям». Планирование элементов плана программы. Определение ситуации. Определение задач: информационных и мотивационных. Определение аудитория. Выработка стратегии и тактики. Составление календаря: расчет времени компании, составление расписания для реализации компании. Расчет бюджета. Оценка результативности. Планирование в управлении событиями.
Коммуникация. Кризисная коммуникация.	Определение понятия «коммуникация». Цели коммуникации. Понятие двусторонней коммуникации. Поведенческая модель коммуникации. Концепции привлечения внимания. Элементы сообщения, помогающие поверить в него. Стадии процесса принятия сообщения. Причины возникновения кризисных ситуаций. Определение кризиса. Особенности коммуникаций во время кризиса. Кризисное планирование.
Оценка эффективности PR-кампании.	Цель стадии оценки. Предварительное условие оценки. Современный уровень измерения и оценки. Измерение выполненных работ. Измерение воздействия сообщений. Оказанное воздействие СМИ. Рекламный эквивалент. Систематическое воздействие сообщения на аудиторию. Запросы и телефоны с номером 800-. Измерение осведомленности аудитории. Измерение установок аудитории. Измерение действий аудитории.
Общественное мнение и убеждение.	Определение общественного мнения. Жизненный цикл общественного мнения. Типы лидеров общественного мнения. Роль средств массовой

Способы привлечения внимания аудитории.	информации в формировании общественного мнения. Факторы, влияющие на убедительность коммуникации. Природа аудитории в сфере связей с общественностью. Характеристики аудитории Специфика привлечения внимания различных организаций и групп.
Связи с правительством. Лоббирование. Пропаганда.	Природа лоббирования. Проблема «торговли влиянием в розницу». Билль о лоббизме в США. Лобби «простых людей» в США. Проблема отсутствия закона о лоббизме в России. Специфика лоббирования в России. Связи с общественностью и проведение компаний. Этические нормы по СО в лоббировании. «Битвы» лоббистов.
Реклама в коммуникационном процессе.	История возникновения рекламы. Основные понятия; реклама в системе маркетинговых коммуникаций; цели и общие требования к рекламе. Средства распространения и размещения рекламы. История развития рекламы в России и за рубежом. Проблемы развития отечественного рынка рекламы; мировой рынок рекламы; "интернациональная" реклама; перспективные направления рекламной деятельности.

**Разработчик:**  
ст. преподаватель

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

/А.А. Минасян/

**Заведующий кафедрой  
русского языка и  
методики его преподавания  
к.п.н., доц.**

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

/Н.Н.Векуа/