

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

PR-ТЕХНОЛОГИИ (ПРАКТИКУМ)

(Б1.В.ОД.2)

Краткое наименование – PR-технологии

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор-составитель:

к.и.н. доцент кафедры ПНиТ М.П. Беленко

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-7 - Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий.

2. План курса:

Раздел 1. Построение коммуникаций с ЦА

Тема 1.1 Выделение ЦА

Требования к критериям для выделения целевых аудиторий – объективность, измеримость, счетность, актуальность, дифференцируемость. Критерии и виды аудиторий внутри них: половозрастной – пол и децильные возрастные группы. Географический: по административно-территориальному делению, и по размеру населенного пункта. Типологический, экономический, социальный критерии.

Тема 1.2 Построение каналов коммуникации

Анализ существующих каналов и подбор оптимальных. Формальные и неформальные каналы. СМИ и специальные мероприятия как каналы коммуникации. Специфика отдельных видов СМИ – наружка, телевидение, радио, пресса, интернет. Создание новых каналов – технология и требования к создаваемым каналам.

Тема 1.3 Технологии исследования в PR

Формальные и неформальные, количественные и качественные исследования. Технология проведения исследования и его достоверность. Методы исследования, их преимущества и недостатки: наблюдение, опрос, экспертное интервью, фокус-группа, моделирование, эксперимент, анкетирование, контент-анализ.

Тема 1.4 Технологии планирования в PR

Определение цели и постановка задач в PR. Цель и поведение целевых аудиторий. Корректное и некорректное целеполагание. SMART как технология и алгоритм формулирования целей. Построение рабочей модели коммуникаций и виды коммуникативных задач. Задачи на информирование, убеждение и «подталкивание к действию». Виды решений – организационные, технические, политические решения коммуникативных проблем.

Тема 1.5 Технологии оценки эффективности в PR

Понятие эффекта и эффективности коммуникаций. Абсолютная, относительная и удельная эффективность. Показатели эффекта и способы оценки результата. Методы оценивания, их преимущества и недостатки:

целевой метод, метод формальных показателей, содержательный метод. Отчетность в PR-кампаниях.

Раздел 2. Антикризисный PR – внезапные кризисы

Тема 2.1 Определение списка угроз

Виды кризисов в PR: внезапные и протяженные кризисы. Различия в подходах и технологиях работы с ними. Аудитории антикризисного PR. Типология внезапных кризисов: известное-неизвестное. Определение списка угроз как этап, виды и типы угроз: падение имиджа, перебои в бизнес-процессах, прямой ущерб. Общие и специфические угрозы.

Тема 2.2 Построение матрицы сценариев

Конкретизация кризиса как необходимое условие планирования. Матрица сценариев как инструмент планирования. Выделение уровней кризиса: отбор критериев оценивания тяжести. Варианты критериев – время, материальный ущерб, наличие жертв, количество и качество вовлеченных аудиторий, информационный резонанс. Размер матрицы и технологии работы с ней.

Тема 2.3 Технологии решения кризисов

Алгоритм обработки конкретного сценария как его решение. Выделение целевых аудиторий, каналов, описание рабочей модели, формулирование цели и задач коммуникации, критериев оценивания. Определение необходимых ресурсов – материальных, социальных, организационных. Внедрение предварительного антикризисного планирования в практику и деятельность организаций.

Раздел 3. Антикризисный PR – длительные кризисы

Тема 3.1 Технологии «Дорожной карты»

Длительные кризисы как специфический вид кризисов. Дефицит положительной информации как проблема. Возможные пути ее решения. Аудитории и примеры длительных кризисов. «Дорожная карта» как основная технология нормализации кризисной ситуации. Этапы построения «Дорожной карты» и типовые ошибки. Темпы и такты коммуникационного взаимодействия. «Прозрачность» и доступность карты как ключевые условия эффективности технологии.

Тема 3.2 Технологии визуализации

Восприятие информации в условиях кризиса, фильтры и коммуникативные барьеры. Визуализация как инструмент – критерии ее эффективного использования. Каналы визуализации и формы: инфографика, видеографика, фото и видеосопровождение, анимация. Виды инфографики. Вирусные эффекты визуализации. Оценка визуальной составляющей коммуникации, удачные и неудачные визуальные решения.

Тема 3.3 Технологии сценарирования

Сценарирование как технология антикризисного PR. Сценарий, нарратив, сюжет. Образы вместо цифр. Ключевые и второстепенные персонажи – кого предпочесть? Типовые варианты сценариев: «елочка», «пунктир», «кольцо». Лейтмотивы Социальные мифы и infotainment в сценарировании. Примеры «сценарных» коммуникативных кампаний в политическом и коммерческом PR. Предвыборные кампании как частный случай длительного коммуникативного кризиса.

Тема 3.4 Технологии вовлечения

Активные и пассивные целевые аудитории в PR. Лидеры мнений и работа с ними в условиях кризиса. Классификация целевых аудиторий по вовлеченности: лояльная, нейтральная, оппозиционная. Приоритеты в работе с лояльной и нелояльной аудиторией. Волонтеры и «титущки». «Подводные камни» технологии вовлечения, условия для эффективности технологии.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Построение коммуникаций с ЦА	
Тема 1.1	Выделение ЦА	Письменное решение заданий кейсов
Тема 1.2	Построение каналов коммуникации	Письменное решение заданий кейсов
Тема 1.3	Технологии исследования в PR	Письменное решение заданий кейсов
Тема 1.4	Технологии планирования в PR	Письменное решение заданий кейсов
Тема 1.5	Технологии оценки эффективности в PR	Письменное решение заданий кейсов
Раздел 2	Антикризисный PR – внезапные кризисы	
Тема 2.1	Определение списка угроз	Письменное решение заданий кейсов
Тема 2.2	Построение матрицы сценариев	Письменное решение заданий кейсов
Тема 2.3	Технологии решения кризисов	Письменное решение заданий кейсов
Раздел 3	Антикризисный PR – длительные кризисы	
Тема 3.1	Технологии «Дорожной карты»	Письменное решение заданий кейсов

Тема 3.2	Технологии визуализации	Письменное решение заданий кейсов
Тема 3.3	Технологии сценарирования	Письменное решение заданий кейсов
Тема 3.4	Технологии вовлечения	Письменное решение заданий кейсов

Форма промежуточной аттестации: **зачет, экзамен.**

4. Основная литература

1. PR-технологии : сб. публ. лекций для оч. формы обучения по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью / сост. Е. А. Сазонов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - фил. РАНХиГС. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2015. - 173 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). – Загл. с экрана.
2. Баранов, Д. Е. PR. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко. — Электрон. дан. — Москва : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. — 352 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/17007.html>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). - Загл. с экрана.