Курс «Связи с общественностью», весенний семестр 2018.

Лекторы: к.э.н., доц. Очковская М.С., к.э.н., доц. Рыбалко М.А.

Кафедра маркетинга, ауд. 344

e-mail: marketing@econ.msu.ru

Тема	Содержание лекции	Лектор
1	История PR (эволюция, концепции, личности). Цели и задачи PR. Место PR в системе маркетинговых коммуникаций. PR vs Ad. Целевые аудитории.	**Рыбалко М.А.**
2	Пропаганда и ее последствия для общества. Виды и механизмы пропаганды. Роль лидеров мнения в пропаганде.	**Очковская М.С.**
3	Пресс-конференция, брифинги, структура и форма пресс-релиза, заголовки	**Рыбалко М.А.**
4	Виды advertorials и способы его написания. Интервью: цель, подготовка, процесс, вопросы. Факторы успешного интервью.	**Очковская М.С.**
5	Новостная журналистика: «правда» и «факт». Как правильно интерпретировать новости.	**Очковская М.С.**
6	Корпоративный имидж и социальная ответственность. Коммуникации в кризис.	**Рыбалко М.А.**
7	Инструменты PR в построении личностных брендов. Образ российского интеллигента по Ю. Лотману.	**Очковская М.С.**

Литература по курсу «Связи с общественностью»:

1. PR на 100%. Как стать хорошим менеджером по PR. М.: Альпина Паблишер, 2010.
2. Боброва И.И. Зимин В.А. Черный PR. Белый GR. Цветной IR. Менеджмент информационной культуры. – М., 2005.

3. Буари Ф. А. Паблик рилейшнз или стратегия доверия / Пер. с фр. М.: Консалтинговая группа «Имидж-контакт», Инфра-М, 2001.
4. Векслер А.Ф. PR для российского бизнеса. – М., 2006.
5. Голый PR: Как заставить людей говорить о вас, вашем бизнесе и вашем продукте. – разные издания.
6. Горкина М., Мамонтов А., Манн И. PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR. - М., 2003.
7. Горохов В.М. , Гринберг Т.Э. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии. – М., 2011.
8. Иванова К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. – СПб, разные годы.
9. Левинсон Дж.К., Фришман Р., Люблин Дж. Партизанское паблисити: Сотни беспроигрышных тактик. – М., 2004.
10. Музыкант В.Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. – М.: Армада-пресс, 2001.
11. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. М.: Альпина Паблишер, 2013.
12. Почепцов Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М., 2005.
13. Почепцов Г.Г. Стратегические коммуникации в политике, бизнесе и гос.управлении. М.: Альтерпрес, 2008.
14. Санаев А. Русский пиар в бизнесе и политике. – М., 2005.
15. Федотова Л.Н. Общественное мнение как плацдарм для «связей с общественностью». – М., 2010.
16. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: учебник. – 5-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство «Дело» АНХ, 2008.