

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты
предпринимателя»(РИЗП)

Утверждаю
Ректор института

_____ А.А. Паршина

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по организации самостоятельной работы студентов и проведению
практических (семинарских) занятий
по дисциплине (модулю)

Реклама и связи с общественностью в бизнесе
(наименование дисциплины (модуля))

Код и наименование направления подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

Ростов-на-Дону

Тема 1. Место и роль рекламы и связей с общественностью в бизнесе

Задания для семинарского занятия

1. Особенности рекламной деятельности в различных экономических условиях.
2. Роль и задачи, решаемые рекламой на разных стадиях развития рынка товаров народного потребления.
3. Бизнес и СМИ: эффективные контакты.
4. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг.
5. Цели бизнес-PR:
 - осуществление внутренней политики;
 - воспитание гордости за свою фирму, производимую продукцию, предоставляемую услугу;
 - осуществление внешней политики – создание коммуникации с властными структурами, клиентами, продавцами, потребителями;
 - создание имиджа – работа с мнением самых широких кругов общественности).
6. Главные сферы использования методов связей с общественностью в современном бизнесе.

Задания для самостоятельной работы

1. Выявление товаров (товарных групп), наиболее нуждающихся в рекламе.
2. Выбор целей рекламных обращений. Выбор целевой аудитории. Выбор направления и тем рекламы..
3. Направления PR в бизнесе (на потребителей, инвесторов, партнеров, органы госрегулирования).
4. Роль PR в бизнесе, особенности, функции.
5. Основные задачи организации при установлении и поддержании связей с общественностью.

Тема 2. Функциональное содержание и особенности рекламной и ПР-деятельности в сфере бизнеса

Задания для семинарского занятия

1. Понятия «бизнес», «маркетинг», «предпринимательство».
2. Особенности PR-деятельности в сфере предпринимательства.
3. Понятие концепции развития предприятия и роль SWOT-анализа при ее разработке.
4. Схема разработки политики предприятия в области бизнес-ПР.

Задания для самостоятельной работы

1. Социально-экономические особенности предпринимательской деятельности в России.
2. Малое и среднее предпринимательство — основа формирования российской рыночной экономики.
3. Понятие общественности.
4. Типологизация групп общественности.
5. Приоритетные группы общественности бизнесструктур.

Тема 3. Организации - участники рекламного бизнеса

Задания для семинарского занятия

1. Компании - рекламодатели.
2. Организация рекламной работы крупных рекламодателей.
3. Внутрифирменные рекламные агентства.
4. Рекламные агентства и их роль в организации рекламного бизнеса. Типы и функции рекламных агентств.

Задания для самостоятельной работы

1. Организационное построение рекламных агентств.
2. Организация взаимоотношений «рекламное агентство – клиент».
3. Основные этапы их построения.
4. Факторы, влияющие на взаимоотношения рекламного агентства с клиентом

Тема 4. Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции

Задания для семинарского занятия

1. Социально-психологические аспекты конструирования имиджа фирмы.
2. Проблема нравственности в рекламе и деловых коммуникациях современной России

Задания для самостоятельной работы

1. Социально-ответственный бизнес и социальный маркетинг.
2. Бизнес-PR в инновационном обществе.

Тема 5. Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса

Задания для семинарского занятия

1. PR в гостиничном бизнесе.
2. PR в туризме.
3. PR в ресторанном бизнесе.
4. Связи с общественностью и реклама в коммерческих банках и фирмах. Продвижение банков в социальных сетях и социальных сетей банков
5. PR на рынке недвижимости.
6. Деятельность связей с общественностью и рекламы в коммерческой фирме.
7. Отличительные особенности промышленной и потребительской рекламы
8. Актуальность рекламы и брендинга в BtoB сфере.

Задания для самостоятельной работы.

1. Взаимодействие с потенциальными инвесторами и специфика оформления финансового отчета.
2. Связи с общественностью и реклама в инвестиционно-финансовой деятельности фирмы.
3. Содержание понятия «инвестор-релейшнз».
4. Организация связей с общественностью в мире финансов
5. Основные отличия промышленных и потребительских рынков.
6. Понятие промышленной рекламы и рекламы в BtoB сфере.

Тема 6. Реклама и PR в системе маркетинговых коммуникаций

Задания для семинарского занятия

1. Понятие «маркетинговые коммуникации».
2. Реклама, PR и маркетинг: их общие черты и различия.
3. Основные элементы комплекса маркетинга (маркетинг-микс)
4. Реклама и связи с общественностью как составляющие маркетинговой деятельности предприятия.

Задания для самостоятельной работы

1. Интегрированный подход к выстраиванию маркетинговых коммуникаций (ИМК).
2. Причины создания ИМК.

Тема 7. Организация рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме

Задания для семинарского занятия

- 1.Связи с персоналом.
- 2.Связи с клиентами.
- 4.Связи с обществом в целом.
- 5.Связи с поставщиками.
- 6.Связи с прессой.
7. Общие принципы рекламы для малого бизнеса.

Задания для самостоятельной работы

- 1.Целевые семинары по вопросам бизнеса.
- 2.Паблисити. Ловушки Паблисити. Плюсы, даваемые паблисити.
- 3.Инструменты PR для малого бизнеса.
- 4.Инструменты «бесплатного PR» бизнес-организации.

Тема 8. Служба управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах

Задания для семинарского занятия

- 1.Цели, содержание деятельности, функции.
- 2.PR как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем.
3. Планирование, проведение и бюджет PR-кампании.

Задания для самостоятельной работы

- 1.Роль PR в укреплении социального партнерства.
- 2.Информационно-аналитическое обеспечение

Тема 9. Реклама и формирование имиджевых стратегий.

Задания для семинарского занятия

- 1.Типы коммуникативных ситуаций, определяющих выбор имиджевых стратегий.
- 2.Имидж и зона психологического комфорта. Имидж в системе знаний о рекламируемом объекте.
- 3.Типы ассоциаций, формируемые имиджевыми стратегиями: функциональные признаки, мягкие признаки, эмоциональные связи.
- 4.Критерии оценки ассоциаций.

Задания для самостоятельной работы.

- 1.Имиджи и стереотипы в рекламе.
- 2.Теория имиджа Д.Огилви.
- 3.Имиджи лживые и правдивые.
- 4.Природа целостности эмоционально-образного содержания имиджа.

Тема 10. Корпоративная реклама.

Задания для семинарского занятия

- 1.Цели и задачи корпоративной рекламы.
- 2.Приемы продвижения корпоративной рекламы.
- 3.Роль корпоративной рекламы в условиях коммодизации рынков. Понятие «корпоративная идентичность».
- 4.Общие правила коммуникационной политики фирмы.
- 5.Особенности внутрикорпоративного PR.
- 6.Имидж фирмы. Корпоративный дизайн и фирменный стиль.
- 7.Сегментация потребителей и выбор целевого рынка.
- 8.Корпоративная культура в общей стратегии PR-деятельности

Задания для самостоятельной работы

1. Развитие идеи корпоративной идентичности.
2. Роль корпоративного имиджа организации.
3. Спонсорство, меценатство, благотворительность.
4. Корпоративная и коммерческая реклама.
5. Паблицити и мерчандайзинг.
6. Бизнес-тренинги как способ управления имиджем компании.

Тема 11. Планирование рекламных кампаний.

Задания для семинарского занятия

1. Виды рекламных кампаний.
2. Рекламные агентства и их функции
3. План маркетинга, план маркетинговых коммуникаций и план рекламы. Предварительный план рекламной кампании. Составление плана рекламных кампаний.
4. Осуществление рекламной кампании.
5. Разработка рекламной концепции и ее формата.
6. Определение объекта (адресата) и субъекта рекламы.
7. Составление сметы расходов: рекламное бюджетирование.

Задания для самостоятельной работы

1. Концепция рекламных обращений.
2. Разработка мотива (УТП) рекламы.
3. Выбор средств распространения рекламы.
4. Медиапланирование: особенности, основные показатели.
5. Составление рекламного сообщения (объявления): слогана, текста, иллюстраций, носителей рекламы, музыкального сопровождения и т.д.
6. Установление графика рекламных выступлений.

Тема 12. Контроль и оценка эффективности рекламы.

Задания для семинарского занятия

1. Виды контроля рекламы.
2. Контроль эффективности рекламной кампании.
3. Экономическая оценка эффективности рекламы.
4. Коммуникативная эффективность рекламы.
5. Основные критерии: узнаваемость; запоминаемость; притягательная сила; агитационная сила сообщения.

Задания для самостоятельной работы

1. Аудит и мониторинг рекламы.
2. Оценка эффективности расходов на рекламу, ее влияния на рост объемов продаж, увеличение рыночной доли.
3. Компаративный анализ эффективности рекламы с конкурентами.
4. Основные формулы расчета эффективности рекламы.