

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

РАССМОТРЕНО И СОГЛАСОВАНО
на заседании кафедры «Гуманитарные и
социально-экономические дисциплины» № 11 от 26.06.2017г
Зав. кафедрой «Гуманитарные и социально-
экономические дисциплины»



д.фил.н., проф. Гайломазова Е.С.

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

Психология массовых коммуникаций

код и наименование направления подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

**Ростов-на-Дону
2017 г.**

Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) «Психология массовых коммуникаций» направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата),

Автор(ы):

д.филол.н., доц. Гайломазова Е.С.

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

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. Задачи, решаемые рекламой на разных стадиях развития рынка товаров народного потребления.
3. Роль рекламы в условиях рынка.
4. Бизнес и СМИ: эффективные контакты.
5. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг. Основные задачи предприятия.
6. Выбор целей рекламных обращений. Выбор целевой аудитории. Выбор направления и тем рекламы..
7. Направления и PR в бизнесе (на потребителей, инвесторов, партнеров, органы госрегулирования).
8. 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.

Задания для самостоятельной работы

1. Выявление товаров (товарных групп), наиболее нуждающихся в рекламе.
2. Роль PR в бизнесе, особенности, функции.
3. Главные сферы использования методов связей с общественностью в современном бизнесе.
4. Основные задачи организации при установлении и поддержании связей с общественностью.

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

Задания для семинарского занятия

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

Задания для самостоятельной работы

1. Малое и среднее предпринимательство - основа формирования российской рыночной экономики.
2. Понятие общественности.
3. Типологизация групп общественности.
4. 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.
5. 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.
5. PR на рынке недвижимости.
6. Организация связей с общественностью в мире финансов.
7. Отличительные особенности промышленной и потребительской рекламы
8. Актуальность рекламы и брендинга в BtoB сфере.

Задания для самостоятельной работы

1. Связи с общественностью и реклама в инвестиционно-финансовой деятельности фирмы.
2. Содержание понятия «инвестор-релейшнз».
3. Взаимодействие с потенциальными инвесторами и специфика оформления финансового отчета.
4. Деятельность связей с общественностью и рекламы в коммерческой фирме.
5. Продвижение банков в социальных сетях и социальных сетей банков
6. Основные отличия промышленных и потребительских рынков.
7. Понятие промышленной рекламы и рекламы в BtoB сфере.

Тема 6. Реклама и ПР в системе маркетинговых коммуникаций

Задания для семинарского занятия

1. Понятие «маркетинговые коммуникации».
2. PR и маркетинг: их общие черты и различия.
3. Основные элементы комплекса маркетинга (маркетинг-микс)

Задания для самостоятельной работы

1. Интегрированный подход к выстраиванию маркетинговых коммуникаций (ИМК).
2. Причины создания ИМК.
3. Реклама и связи с общественностью как составляющие маркетинговой деятельности предприятия.

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.
3. Связи с обществом в целом.
4. Связи с поставщиками.
5. Связи с прессой.

Задания для самостоятельной работы

1. Целевые семинары по вопросам бизнеса.
2. Паблицити. Ловушки Паблицити. Плюсы, даваемые паблицити.
3. Инструменты PR для малого бизнеса.
4. Общие принципы рекламы для малого бизнеса.
5. 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. Имиджи и стереотипы в рекламе.
2. Типы коммуникативных ситуаций, определяющих выбор имиджевых стратегий.

3. Типы ассоциаций, формируемые имиджевыми стратегиями: функциональные признаки, мягкие признаки, эмоциональные связи.
4. Критерии оценки ассоциаций.

Задания для самостоятельной работы

1. Теория имиджа Д.Огилви.
2. Имиджи лживые и правдивые.
3. Природа целостности эмоционально-образного содержания имиджа.
4. Имидж и зона психологического комфорта.
5. Имидж в системе знаний о рекламируемом объекте.

Тема 10. Корпоративная реклама.

Задания для семинарского занятия

1. Цели и задачи корпоративной рекламы.
2. Приемы продвижения корпоративной рекламы.
3. Общие правила коммуникационной политики фирмы.
4. Особенности внутрикорпоративного PR.
5. Имидж фирмы. Корпоративный дизайн и фирменный стиль.
6. Сегментация потребителей и выбор целевого рынка.
7. Спонсорство, меценатство, благотворительность.

Задания для самостоятельной работы

1. Роль корпоративной рекламы в условиях коммодизации рынков.
2. Понятие «корпоративная идентичность».
3. Развитие идеи корпоративной идентичности.
4. Роль корпоративного имиджа организации.
5. Корпоративная и коммерческая реклама.
6. Паблицити и мерчандайзинг.
7. Бизнес-тренинги как способ управления имиджем компании.
8. Корпоративная культура в общей стратегии PR-деятельности

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.
4. Концепция рекламных обращений.
5. Осуществление рекламной кампании.
6. Составление плана рекламных кампаний.
7. Разработка рекламной концепции и ее формата.
8. Определение объекта (адресата) и субъекта рекламы.

Задания для самостоятельной работы

1. Медиапланирование: особенности, основные показатели.
2. Составление рекламного сообщения (объявления): слогана, текста, иллюстраций, носителей рекламы, музыкального сопровождения и т.д.
3. Установление графика рекламных выступлений.

4. Составление сметы расходов: рекламное бюджетирование.
5. Разработка мотива (УТП) рекламы.
6. Выбор средств распространения рекламы.

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. Оценка эффективности расходов на рекламу, ее влияния на рост объемов продаж, увеличение рыночной доли.
5. Основные критерии: распознаваемость; запоминаемость; притягательная сила; агитационная сила сообщения.

Задания для самостоятельной работы

1. Аудит и мониторинг рекламы.
2. Компаративный анализ эффективности рекламы с конкурентами.
3. Основные формулы расчета эффективности рекламы.
4. Коммуникативная эффективность рекламы.