

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Андреевна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 19.09.2025 14:06:04

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8e198f

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт сервиса, туризма и пищевых технологий (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
К ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ СТУДЕНТОВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Технологии PR в туризме/PR technologies in Tourism

Пятигорск, 2019

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Семинар является важнейшей формой усвоения знаний. Очевидны три структурные его части: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно сам семинар (обсуждение вопросов темы в группе) и завершающая часть (послесеминарская работа студентов по устранению обнаружившихся пробелов в знаниях).

Не только семинар, но и предваряющая и заключающая части его являются необходимыми звеньями целостной системы усвоения вынесенной на обсуждение темы.

Семинарское занятие является средством проверки знаний, отработки навыков самостоятельного изучения материалов по дисциплине, работы с литературой, умения логично и последовательно излагать усвоенный материал. Выступая на семинарском занятии, слушатели должны показать умение выделить основные положения, иллюстрировать их применение, а также делать практически значимые выводы из теоретических положений.

По всем темам семинарских занятий дан перечень наиболее важных вопросов курса, а также указан список литературы, необходимой для изучения при подготовке к занятию.

Для лучшего усвоения материала необходимо вести конспект в отдельной тетради. Такой конспект может быть в форме письменного плана ответов по каждому вопросу темы, а в некоторых случаях и кратким ответом (со ссылками на соответствующий источник: нормативный материал или литературу).

На семинарском занятии большое внимание уделяется рассмотрению теоретических вопросов. К каждому семинарскому занятию студент подбирает материалы из методической литературы, СМИ, Internet сведения о современных взглядах на проблему организации связей с общественностью в туризме.

Если слушатель не подготовился к семинарскому занятию или пропустил его по какой-то причине (в том числе и по болезни), он обязан во внеурочное время отчитаться по этой теме перед преподавателем, ведущим занятие в группе. При возникновении трудностей при изучении курса, необходимо посетить консультацию преподавателя, ведущего занятия, в соответствии с графиком консультаций, который имеется на кафедре.

При подготовке к семинарским занятиям по всем темам слушатели должны изучить:

- рекомендованную в плане семинарских занятий литературу;
- конспекты лекций.

Описание семинарских занятий

Тема 1. Определение публичных релейнгов и ее особенности в деловой, политической, академической и другой среде.

Семинарское занятие № 1

1. Понятие связей с общественностью.
2. Анализ определения ПР.
3. ПР и родственные понятия.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. PR в Интернете.
2. Механизм побуждения целевых групп; звенья ПР - механизма.
3. Политический ПР.

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение понятию связей с общественностью.
2. Проанализируйте понятия «реклама», «ПР», «пропаганда».
3. Каковы подходы к пониманию ПР-деятельности?

Тематика рефератов:

1. Актуальность ПР как сферы маркетинговых коммуникаций.
2. Основы коммуникации в ПР.
3. Философия ПР.

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: вводный курс/ С. М. Емельянов. - СПб.: Питер, 2007.
2. Теория и практика связей с общественностью: учебник/ А. В. Кочеткова [и др.]. - СПб.: Питер, 2007.

б) дополнительная литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейнгов: учебное пособие/ М. В. Гундарин. - М.: ФОРУМ, 2011.
2. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: практикум/ Э. В. Кондратьев. - М.: Академический Проект, 2008.

Семинарское занятие № 2

1. Задачи и цели ПР.
2. Функции ПР.
3. История развития ПР в мировом пространстве.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Особенности ПР-деятельности в США.
2. Особенности ПР-деятельности в Европе.

Контрольные вопросы:

1. Каковы основные цели и задачи ПР.
2. Назовите основные функции ПР.
3. Какова хронология и динамика развития ПР в мировом пространстве?

Тематика рефератов:

1. Актуальность ПР как сферы маркетинговых коммуникаций.
2. Мифология в деятельности по связям с общественностью.

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: вводный курс/ С. М. Емельянов. - СПб.: Питер, 2007.
2. Теория и практика связей с общественностью: учебник/ А. В. Кочеткова [и др.]. - СПб.: Питер, 2007.

б) дополнительная литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейнз: учебное пособие/ М. В. Гундарин. - М.: ФОРУМ, 2011.
2. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: практикум/ Э. В. Кондратьев. - М.: Академический Проект, 2008.

Семинарское занятие № 3

1. Возникновение Российского ПР-рынка
2. Российские профессиональные объединения
3. Зарубежные объединения ПР-профессионалов в России
4. Корпоративные субъекты ПР-рынка

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Место ПР в органах государственной власти.
2. ПР-подразделения в крупных государственных структурах.
3. ПР-подразделения Президента РФ.
4. Управление Президента РФ по связям с общественностью.
5. Пресс-служба Государственной Думы РФ.

Контрольные вопросы:

1. Каковы особенности российского ПР-рынка?
2. Назовите корпоративные субъекты ПР-рынка?

Тематика рефератов:

1. Фандрайзинг как общественное явление и сфера деятельности.
2. Спонсоринговая деятельность фирмы.
3. Консультативная ПР-фирма.

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Теория и практика: учебник/ А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, МГУ им. М.В. Ломоносова. - М.: Издательство "Дело", 2010.

2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учебник/ Ф. И. Шарков. - М.: ИТК "Дашков и К°", 2010.

б) дополнительная литература:

1. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии: учебник для студ. вузов/ В. Ф. Кузнецов. - М.: Аспект Пресс, 2008

2. Фролов С.С. Связи с общественностью в работе фирмы. Стратегия, коммуникации, имидж, брендинг: учебник/ С. С. Фролов. - М.: ЛИБРОКОМ, 2011.

Тема 2. Коммуникационная среда предприятия; виды коммуникаций.

Семинарское занятие № 4

1. Виды связей с общественностью
2. Формы деятельности связей с общественностью.
3. Виды обществ.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Отношения с инвесторами и привлечение инвестиций.

Контрольные вопросы:

1. Назовите основные виды и формы деятельности связей с общественностью.
2. Какие формы деятельности ПР наиболее перспективны?

Тематика рефератов:

1. Борьба за внимание общественности. Влияние на общественность.
2. Основания для обращения в специализированные ПР-фирмы.

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: вводный курс/ С. М. Емельянов. - СПб.: Питер, 2007.

2. Теория и практика связей с общественностью: учебник/ А. В. Кочеткова [и др.]. - СПб.: Питер, 2007.

б) дополнительная литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учебное пособие/ М. В. Гундарин. - М.: ФОРУМ, 2011.

2. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: практикум/ Э. В. Кондратьев. - М.: Академический Проект, 2008.

Семинарское занятие № 5

1. Основные функции и структура управления связями с общественностью.

2. Личностные и деловые качества ПР-менеджера.
3. Должностные обязанности ПР-специалистов.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Должностные инструкции специалиста по связям с общественностью.
2. Требования к персоналу внутрифирменных служб по связям с общественностью.

Контрольные вопросы:

1. Каковы основные функции и структура управления связями с общественностью?
2. Какими качествами должен обладать ПР-менеджер?

Тематика рефератов:

1. Государство и ПР.
2. Цивилизованное лоббирование.
3. Политический ПР.

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Теория и практика: учебник/ А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, МГУ им. М.В. Ломоносова. - М.: Издательство "Дело", 2010.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учебник/ Ф. И. Шарков. - М.: ИТК "Дашков и К°", 2010.

б) дополнительная литература:

1. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии: учебник для студ. вузов/ В. Ф. Кузнецов. - М.: Аспект Пресс, 2008
2. Фролов С.С. Связи с общественностью в работе фирмы. Стратегия, коммуникации, имидж, брендинг: учебник/ С. С. Фролов. - М.: ЛИБРОКОМ, 2011.

Тема 3. Реляционные и информационные типы сообщений в управленческих коммуникациях.

Семинарское занятие № 6

1. Управление СМИ.
2. Работа с информацией.
3. Принципы конструирования новостей.
4. Способы усиления новостной информации.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Цветной ПР.
2. Средства массовой информации как технология формирования общественного мнения.

Контрольные вопросы:

1. Назовите принципы конструирования новостей.
2. Что вы понимаете под общественным мнением?

Тематика рефератов:

1. Массовые коммуникации и СМИ.
2. Информационные агентства.

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: вводный курс/ С. М. Емельянов. - СПб.: Питер, 2007.
2. Теория и практика связей с общественностью: учебник/ А. В. Кочеткова [и др.]. - СПб.: Питер, 2007.

б) дополнительная литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейнз: учебное пособие/ М. В. Гундарин. - М.: ФОРУМ, 2011.
2. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: практикум/ Э. В. Кондратьев. - М.: Академический Проект, 2008.

Семинарское занятие № 7

1. Формы подачи информационно-новостных материалов.
2. Материалы для распространения в процессе проведения PR-мероприятий.
3. Материалы для непосредственной публикации в СМИ.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. ПР в мультикультурной среде.

Контрольные вопросы:

1. Какие формы подачи информационно-новостных материалов вы знаете?

2. Каковы особенности подготовки материалов для СМИ?
3. Что такое бэкграундер?
4. Что такое медиа-кит?

Тематика рефератов:

1. Управление процессом публичных отношений.
2. PR и стратегичность мышления.

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: вводный курс/ С. М. Емельянов. - СПб.: Питер, 2007.
2. Теория и практика связей с общественностью: учебник/ А. В. Кочеткова [и др.]. - СПб.: Питер, 2007.

б) дополнительная литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-публичных отношений: учебное пособие/ М. В. Гундарин. - М.: ФОРУМ, 2011.
2. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: практикум/ Э. В. Кондратьев. - М.: Академический Проект, 2008.

Тема 4. Модели принятия решений в процессе переговоров.

Семинарское занятие № 8

1. Менеджмент Публичных Отношений.
2. Стратегический подход к управлению PR.
3. Логические ступени процесса стратегического планирования.
4. Оценка текущего состояния проекта.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Креативные технологии в PR.
2. Целевое планирование (цели выхода, цели влияния).
3. Программирование.

Контрольные вопросы:

1. Что вы понимаете под стратегическим подходом к управлению PR?
2. Каковы логические ступени процесса стратегического планирования?
3. Как произвести оценку текущего состояния проекта?

Тематика рефератов:

1. Фандрайзинговая кампания как прием публичных отношений.
2. Спонсоринг как форма работы с инвесторами.

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: вводный курс/ С. М. Емельянов. - СПб.: Питер, 2007.
2. Теория и практика связей с общественностью: учебник/ А. В. Кочеткова [и др.]. - СПб.: Питер, 2007.

б) дополнительная литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учебное пособие/ М. В. Гундарин. - М.: ФОРУМ, 2011.
2. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: практикум/ Э. В. Кондратьев. - М.: Академический Проект, 2008.

Семинарское занятие № 9

1. Нормы и принципы участников проекта как основа стратегического планирования.
2. Заявление о миссии и определение видения.
3. Особенности подготовки и проведения переговоров.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Кризисные ПР. Понятие кризиса в публичных отношениях
2. Типология кризисов
3. Управление в условиях кризиса.

Контрольные вопросы:

1. Что такое видение?
2. Что такое миссия?
3. Каковы особенности подготовки и проведения переговоров?

Тематика рефератов:

1. Использование стереотипов, веры, авторитета в создании имиджа.
2. Технология брендинга в коммерческих ПР.

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Теория и практика: учебник/ А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, МГУ им. М.В. Ломоносова. - М.: Издательство "Дело", 2010.
2. Шарков Ф.И. Публичные отношения: учебник/ Ф. И. Шарков. - М.: ИТК "Дашков и К°", 2010.

б) дополнительная литература:

1. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии: учебник для студ. вузов/ В. Ф. Кузнецов. - М.: Аспект Пресс, 2008
2. Фролов С.С. Связи с общественностью в работе фирмы. Стратегия, коммуникации, имидж, брендинг: учебник/ С. С. Фролов. - М.: ЛИБРОКОМ, 2011.

Тема 5. Организация программ и компаний паблик рилейшнз в мезосреде фирмы.

Семинарское занятие № 10

1. Специфика организации специальных событий.
2. Церемония открытия.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Спецмероприятия для журналистов.
2. Особенности разработки PR-акции.

Контрольные вопросы:

1. Какова специфика организации специальных событий?
2. Каковы особенности организации церемонии открытия?

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Теория и практика: учебник/ А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, МГУ им. М.В. Ломоносова. - М.: Издательство "Дело", 2010.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учебник/ Ф. И. Шарков. - М.: ИТК "Дашков и К°", 2010.

б) дополнительная литература:

1. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии: учебник для студ. вузов/ В. Ф. Кузнецов. - М.: Аспект Пресс, 2008
2. Фролов С.С. Связи с общественностью в работе фирмы. Стратегия, коммуникации, имидж, брендинг: учебник/ С. С. Фролов. - М.: ЛИБРОКОМ, 2011.

Семинарское занятие № 11

1. Конференция.
2. Пресс-конференция.
3. Презентация.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Особенности и виды программ в связях с общественностью.
2. Коммуникационная составляющая реализации ПР-программы.

Контрольные вопросы:

1. Каковы особенности организации конференции?
2. Чем пресс-конференция отличается от конференции?
3. Каковы цели организации презентации?

Тематика рефератов:

1. История развития и характеристика лоббизма в США.
2. Опыт лоббирования в России.
3. Технологии и формы лоббирования.

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: вводный курс/ С. М. Емельянов. - СПб.: Питер, 2007.
2. Теория и практика связей с общественностью: учебник/ А. В. Кочеткова [и др.]. - СПб.: Питер, 2007.

б) дополнительная литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учебное пособие/ М. В. Гундарин. - М.: ФОРУМ, 2011.
2. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: практикум/ Э. В. Кондратьев. - М.: Академический Проект, 2008.

Семинарское занятие № 12

1. Брифинг.
2. Посещения.
3. Пресс-тур.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Подготовка критериев оценки ПР-программы
2. Оценка хода реализации ПР-программы

Контрольные вопросы:

1. Что такое брифинг?
2. Как и для кого организуются посещения?
3. В чем специфика организации пресс-тура?

Тематика рефератов:

1. Понятие и особенности социальных ПР-технологий

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: вводный курс/ С. М. Емельянов. - СПб.: Питер, 2007.
2. Теория и практика связей с общественностью: учебник/ А. В. Кочеткова [и др.]. - СПб.: Питер, 2007.

б) дополнительная литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учебное пособие/ М. В. Гундарин. - М.: ФОРУМ, 2011.
2. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: практикум/ Э. В. Кондратьев. - М.: Академический Проект, 2008.

Семинарское занятие № 13

1. Прием.
2. День открытых дверей.
3. Круглый стол.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Манипуляция в связях с общественностью.

Контрольные вопросы:

1. Какова специфика организации дня открытых дверей?
2. Как организовать круглый стол?

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: вводный курс/ С. М. Емельянов. - СПб.: Питер, 2007.
2. Теория и практика связей с общественностью: учебник/ А. В. Кочеткова [и др.]. - СПб.: Питер, 2007.

б) дополнительная литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учебное пособие/ М. В. Гундарин. - М.: ФОРУМ, 2011.
2. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: практикум/ Э. В. Кондратьев. - М.: Академический Проект, 2008.

Семинарское занятие № 14

1. Выставки.
2. Благотворительные акции.
3. Праздники, конкурсы, фестивали.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Понятие и виды PR-кампаний.
2. Основные этапы планирования PR-кампании.
3. Оценка эффективности PR-кампании.

Контрольные вопросы:

1. Как организовать выставку?
2. Какова цель благотворительных акций?

Тематика рефератов:

1. Основные PR-мероприятия.

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: вводный курс/ С. М. Емельянов. - СПб.: Питер, 2007.
2. Теория и практика связей с общественностью: учебник/ А. В. Кочеткова [и др.]. - СПб.: Питер, 2007.

б) дополнительная литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учебное пособие/ М. В. Гундарин. - М.: ФОРУМ, 2011.
2. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: практикум/ Э. В. Кондратьев. - М.: Академический Проект, 2008.

Тема 6. Макросреда фирмы; цели и задачи. Макроимидж фирмы. Семинарское занятие № 15

1. Имидж организации.
2. Функции PR-имиджа.
3. Компоненты корпоративного имиджа.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Понятие корпоративной культуры
2. Формирование корпоративных отношений

Контрольные вопросы:

1. Что такое имидж?
2. Из чего складывается имидж организации?
3. Назовите компоненты корпоративного имиджа.

Тематика рефератов:

1. Имидж и его природа.
2. Психологические основы конструирования имиджа.
3. PR-реклама имиджа.

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: вводный курс/ С. М. Емельянов. - СПб.: Питер, 2007.
2. Теория и практика связей с общественностью: учебник/ А. В. Кочеткова [и др.]. - СПб.: Питер, 2007.

б) дополнительная литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учебное пособие/ М. В. Гундарин. - М.: ФОРУМ, 2011.
2. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: практикум/ Э. В. Кондратьев. - М.: Академический Проект, 2008.

Семинарское занятие № 16

1. Принципы конструирования имиджа организации.
2. Основные этапы создания имиджа.
3. Управление корпоративным имиджем.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Брендинг.

Контрольные вопросы:

1. Назовите принципы конструирования имиджа организации.
2. Каковы основные этапы создания имиджа?

Тематика рефератов:

1. Манипулирование информацией, приемы работы с информацией (монтаж, перестановка фактов, цитирование и др.).
2. Приоритетная поставка информации, информационное партнерство.

Рекомендуемая литература:

а) основная литература:

1. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Теория и практика: учебник/ А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, МГУ им. М.В. Ломоносова. - М.: Издательство "Дело", 2010.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учебник/ Ф. И. Шарков. - М.: ИТК "Дашков и К°", 2010.

б) дополнительная литература:

1. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии: учебник для студ. вузов/ В. Ф. Кузнецов. - М.: Аспект Пресс, 2008
2. Фролов С.С. Связи с общественностью в работе фирмы. Стратегия, коммуникации, имидж, брендинг: учебник/ С. С. Фролов. - М.: ЛИБРОКОМ, 2011.

Тема 7. Средства массовой коммуникации, их классификация и назначение.

Семинарское занятие № 17

1. Массовые коммуникации в ПР, их классификация.
2. Отношения со СМИ.
3. Неформальные методы коммуникации.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Процедура фасилитации и групповой фасилитатор.

2. Технология медиации. Работа медиатора.
3. Стадии медиаторского процесса.

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение понятию массовые коммуникации.
2. Каковы особенности построения отношений *со СМИ*?

Тематика рефератов:

1. Творческий подход к распространению информации.
2. Вопросы этики («черный» и «цветной» ПР).

Рекомендуемая литературы

а) основная литература:

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: вводный курс/ С. М. Емельянов. - СПб.: Питер, 2007.
2. Теория и практика связей с общественностью: учебник/ А. В. Кочеткова [и др.]. - СПб.: Питер, 2007.

б) дополнительная литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учебное пособие/ М. В. Гундарин. - М.: ФОРУМ, 2011.
2. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: практикум/ Э. В. Кондратьев. - М.: Академический Проект, 2008.

Вопросы к экзамену

1. Понятие связей с общественностью
2. Анализ определения ПР.
3. ПР и родственные понятия.
4. Разграничение понятий ПР и реклама.
5. Виды общественности.
6. Основные функции и структура управления связями с общественностью.
7. История развития ПР в мировом пространстве
8. Задачи и цели ПР
9. Виды связей с общественностью и формы деятельности.
10. Личностные и деловые качества ПР-менеджера.
11. Должностные обязанности ПР-специалистов .
12. Возникновение Российского ПР-рынка
13. Российские профессиональные объединения
14. Зарубежные объединения ПР-профессионалов в России
15. Корпоративные субъекты ПР-рынка
16. Менеджмент Паблик Рилейшнз. Стратегический подход к управлению ПР.
17. Логические ступени процесса стратегического планирования.
18. Оценка текущего состояния проекта.
19. Нормы и принципы участников проекта как основа стратегического планирования.
20. Заявление о миссии и определение видения.
21. Этапы стратегического планирования.
22. Этика и ПР.
23. Имидж организации.
24. Функции PR-имиджа
25. Компоненты корпоративного имиджа.
26. Принципы конструирования имиджа организации.
27. Основные этапы создания имиджа.
28. Управление корпоративным имиджем.
29. Брэнддинг
30. Управление СМИ.
31. Работа с информацией.
32. Принципы конструирования новостей.
33. Способы усиления новостной информации.
34. Цветной ПР.
35. Массовые коммуникации в ПР. Отношения со СМИ.
36. Формы подачи информационно-новостных материалов.
37. Материалы для распространения в процессе проведения PR-мероприятий (пресс-релиз, новостной пресс-релиз, бэкграундер).
38. Материалы для распространения в процессе проведения PR-мероприятий (биография, факт-лист, медиа-кит)

39. Материалы для непосредственной публикации в СМИ (занимательная статья, кейс-история).
40. Материалы для непосредственной публикации в СМИ (обзорная статья, интервью)
41. Неформальные методы коммуникации.
42. PR в мультикультурной среде
43. Специфика организации специальных событий.
44. Церемония открытия как спецсобытие.
45. Пресс-конференция как спецсобытие.
46. Презентация как спецсобытие.
47. Брифинг как спецсобытие.
48. Посещения как спецсобытие
49. Пресс-тур как спецсобытие
50. Прием как спецсобытие.
51. День открытых дверей как спецсобытие.
52. Круглый стол как спецсобытие.
53. Выставки как спецсобытие.
54. Благотворительные акции как спецсобытие.
55. Праздники, конкурсы, фестивали как спецсобытия.
56. Конференция как спецсобытие.
57. Процедура фасилитации и групповой фасилитатор.
58. Три главные составляющие фасилитации.
59. Технология медиации.
60. Работа медиатора.
61. Стадии медиаторского процесса.
62. Кризисные PR
63. Понятие кризиса в публичных отношениях
64. Типология кризисов
65. Управление в условиях кризиса
66. Понятие и виды PR-кампаний.
67. Основные этапы планирования PR-кампании.
68. Оценка эффективности PR-кампании.
69. PR в Интернете.
70. Место PR в органах государственной власти.
71. PR-подразделения в крупных государственных структурах.
72. PR-подразделения Президента РФ.
73. Пресс-служба Президента РФ.
74. Управление Президента РФ по связям с общественностью.
75. Пресс-служба Государственной Думы РФ.
76. Корпоративная культура и фирменный стиль как условие, цель и средство PR
77. Место PR в современном менеджменте и предпринимательстве.
78. PR с потребителями и инвесторами.
79. PR и привлечение инвестиций.
80. PR и публичность.

81. Креативные технологии в PR
82. Манипулирование информацией.
83. Распространение слухов и анекдотов.
84. Мифотворчество в паблик рилейшнз.
85. Суть спонсоринговой деятельности и ее цель.
86. Паблик рилейшнз и имиджмейкинг.
87. Выявление целевых групп и сегментирование информационного пространства.
88. Психология связей с общественностью.
89. Связи с общественностью в современных туристских организациях.
90. Политический паблик рилейшнз.