

Министерство образования и науки Российской Федерации
Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова
Кафедра музеологии и краеведения

**ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ:
РЕКЛАМА И СВЯЗИ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Методические указания

*Рекомендовано
Научно-методическим советом университета для студентов,
обучающихся по направлению
«Реклама и связи с общественностью»*

Ярославль 2012

УДК 659(072)
ББК Ч114.13я73
В 24

*Рекомендовано
Редакционно-издательским советом университета
в качестве учебного издания. План 2012 года*

Рецензент
кафедра музеологии и краеведения Ярославского государственного
университета им. П. Г. Демидова.

Составители: С. Ю. Федоров, А. Н. Корнеев

Введение в специальность: Реклама и связи с общественностью : методические указания / сост. С. Ю. Федоров, А. Н. Корнеев; Яросл. гос. ун-т. – Ярославль : ЯрГУ, 2012. – 48 с.

Методические указания по курсу «Введение в специальность: Реклама и связи с общественностью» включают общую характеристику курса, его цели и задачи, рекомендации для студентов по всем темам, краткое содержание основных разделов дисциплины, списки рекомендуемых источников и литературы, вопросы к экзамену.

Предназначены для студентов исторического факультета, обучающихся по направлению 031600.62 Реклама и связи с общественностью (дисциплина «Введение в специальность: Связи с общественностью», «Основы рекламы и городского дизайна», цикл Б1), очной формы обучения.

УДК 659(072)
ББК Ч114.13я73

© Ярославский государственный
университет им. П. Г. Демидова, 2012

Оглавление

Введение в специальность: Связи с общественностью	3
<i>Тема 1. Связи с общественностью: понятие, функции, место в современном обществе.....</i>	<i>4</i>
<i>Тема 2. История развития связей с общественностью</i>	<i>5</i>
<i>Тема 3. Связи с общественностью как профессиональная деятельность</i>	<i>10</i>
<i>Тема 4. Основные этапы деятельности по связям с общественностью.....</i>	<i>12</i>
<i>Тема 5. Управление информацией в процессе PR-коммуникаций</i>	<i>14</i>
<i>Тема 6. Основные инструменты специалиста по связям с общественностью</i>	<i>16</i>
<i>Тема 7. Организация работы служб по связям с общественностью</i>	<i>18</i>
<i>Тема 8. Связи с общественностью в государственной сфере</i>	<i>20</i>
<i>Тема 9. Связи с общественностью в политической сфере</i>	<i>22</i>
<i>Тема 10. Связи с общественностью в экономической сфере</i>	<i>25</i>
Общая характеристика курса «Основы рекламы и городского дизайна»	29
<i>Тема 1. Дизайн. Возникновение и развитие. Движение за «промышленное искусство»</i>	<i>32</i>
<i>Тема 2. Дизайн среды. Основные понятия. Генплан, функциональные зоны. Ландшафтный дизайн</i>	<i>35</i>
<i>Тема 3. Целевая концепция. Комплексность, жизнедеятельность, образность</i>	<i>36</i>
<i>Тема 4. Городской хозяйствующий субъект. Рабочие концепции городского дизайна</i>	<i>38</i>
<i>Тема 5. Реклама. Основы графического дизайна</i>	<i>40</i>
<i>Тема 6. Работа над проектом</i>	<i>42</i>
<i>Тема 7. Идентификация (фирменный стиль). Бренд и брендинг</i>	<i>44</i>