МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МГУ имени М.В. Ломоносова

Межфакультетский курс

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

Управление стратегическими коммуникациями

Форма обучения

Очная

Москва

2019

Предложенный курс предлагает изложение технологии управления информационным потомком. Раскрывается метод, научной обоснование, излагается теория вопроса и разбор многочисленных кейсов. Курс авторский, описанная на реальный опыт работы с такими компаниями как Роскосмос, нефтяной и банковский сегмент, высокотехнологичные компании, госструктуры. Раскрываются особенности таких видов коммуникаций как PR, IR, GR

Тематический план

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Тема | Неделя |  |
| 1 | Что такое PR? Суть понятия, его история, современное понимание термина | 1-я | Лекция 2 ч. |
| 2 | PR, реклама, маркетинг и потребности. Управление имиджем. | 2-я | Лекция 2 ч. |
| 3 | PR и политтехнология. Суть и роль общественного мнения. Задачи, решаемые PR | 3-я | Лекция 2 ч. |
| 4 | PR-кампания и ее целеполагание, целевая аудитория, ключевое сообщение, ключевой имидж.  Что такое информационный поток? | 6-я | Лекция 4 ч. |
| 5 | Виды общественной коммуникации | 8-я | Лекция 2 ч. |
| 6 | Положение о пресс-службе (на примере Пресс-службы Президента РФ) | 9-я | Лекция 2 ч. |
| 7 | Понятие коммуникационной стратегии. |  | Лекция 2 ч. |
| 8 | Анализ специфики каждого из коммуникационного канала: ТВ, газеты, радио, Интернет. |  | Лекция 4 ч. |
| 9 | Подготовка PR-мероприятий Команда PR- специалистов: кто есть кто | 15-я | Лекция 2 ч. |
| 10 | Внутрикорпоративный PR | 17-я | Лекция 2 ч. |
| 11 | Типичные ошибки в понимании сути и задач PR и управления информационным потоком | 18-я | Лекция 2 ч. |
| 12 | **Зачет** |  | **2 ч.** |

**Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

а) основная литература:

# Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. Москва: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008. 451 с.

Блэк C. Паблик Рилейшнз. Что это такое? М.: Новости, 1990. 239 с.

**Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз. Учебное пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 400 с.**

[Иванченко Г. В.](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE,_%D0%93%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B0_%D0%92%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0) [Реальность Паблик Рилейшнз](http://publishing.smysl.ru/annot/47.htm). М: Смысл, 1999.

[Вуйма](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%83%D0%B9%D0%BC%D0%B0) А. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только. СПб.: БХВ, 2005.

Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в Сети. М.: Вершина, 2008. 136 с.

б) дополнительная литература:

Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры.М.: Культурная революция, Республика, 2006. 269 с.

Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М.: Гиперборея, Кучково поле, 2007. 464 с.

Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург: У-Фактория, Издательство Гуманитарного университета, 2004. 328 с.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Сайт Российской ассоциации по связям с общественностью www.[raso.ru](http://www.raso.ru/)

Профессиональный PR-портал Sovetnik.ru

Автор Голованивская М.К., проф., д.ф.н.