

60.8
М 21

УНИВЕРСИТЕТЫ РОССИИ



А. А. Малькевич

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КАМПАНИЙ

В СФЕРЕ СВЯЗЕЙ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

2-е издание



СООТВЕТСТВУЕТ
ПРОГРАММАМ
ВЕДУЩИХ НАУЧНО-
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ШКОЛ

 **Юрайт**
Издательство
biblio-online.ru

А. А. Малькевич

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КАМПАНИЙ В СФЕРЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

**ВИДЕНО
В КОМПЬЮТЕР**

**УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ
ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО БАКАЛАВРИАТА**

2-е издание, исправленное и дополненное

Книга доступна в электронной библиотечной системе
biblio-online.ru

Москва ■ Юрайт ■ 2019

УДК 659.44(075.8)
ББК 60.84+76.0я73
М21

Автор:

Малькевич Александр Александрович — кандидат политических наук, доцент, первый заместитель председателя Комиссии по развитию информационного сообщества, СМИ и массовых коммуникаций Общественной палаты Российской Федерации.

Рецензенты:

Данилов В. И. — кандидат философских наук, профессор;
Нехвядович Э. А. — доктор педагогических наук, профессор.

Малькевич, А. А.

M21

Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 109 с. — (Серия : Университеты России).

ISBN 978-5-534-09415-2

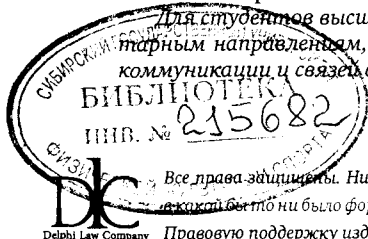
Серия «Университеты России» позволит высшим учебным заведениям нашей страны использовать в образовательном процессе издания (в том числе учебники и учебные пособия по различным дисциплинам), подготовленные преподавателями лучших университетов России и впервые опубликованные в издательствах университетов. Все представленные в этой серии работы прошли экспертную оценку учебно-методического отдела издательства и публикуются в оригинальной редакции.

В данном пособии изложены главные вопросы организации и проведения кампаний в сфере связей с общественностью, раскрыты основные социальные технологии и классификация PR-кампаний. Представлены сравнительный анализ проведения PR-кампаний, методы и формы рекламных, информационных и пропагандистских кампаний. В издании используются теоретические исследования зарубежных и российских специалистов, оригинальные практические разработки автора.

Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным направлениям, изучающих вопросы журналистики, массовой коммуникации и связей с общественностью.

УДК 659.44(075.8)
ББК 60.84+76.0я73



Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.
Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая компания «Дельфи».

© Малькевич А. А., 2006
© Малькевич А. А., 2018, с изменениями
© ООО «Издательство Юрайт», 2019

ISBN 978-5-534-09415-2

Оглавление

Предисловие	5
1. Введение	8
1.1. Кампания по связям с общественностью: определение понятия	8
1.2. Общее и особенное в проведении рекламных и PR-кампаний: сравнительный анализ	11
1.3. Социальные технологии в PR-кампании	14
1.4. Классификация PR-кампаний	18
2. Особенности PR-кампаний для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических объединений.....	23
2.1. Организационные основы проведения кампаний по связям с общественностью	23
2.2. Особенности проведения PR-кампаний в различных сферах общественной жизни	26
2.3. Заявка клиента на PR-услуги (PR-brief)	29
3. Правила и принципы разработки стратегии и тактики PR-кампаний.....	34
3.1. Подготовительный этап кампании по связям с общественностью.....	34
3.2. Кампании по связям с общественностью: этап планирования	41
3.3. Проблема составления бюджета PR-кампании	48
3.4. Медиапланирование	53
4. Практическая реализация PR-кампании	55
4.1. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема организации специальных событий.....	55
4.2. Создание информационных поводов	57
4.3. Технология создания PR-событий.....	60
4.4. PR-обращения.....	64

4.5. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема коммуникации	67
4.6. Проведение PR-кампании в условиях ограниченных ресурсов	69
4.7. Реализация PR-кампании: учет и контроль	72
5. Оценка эффективности PR-кампаний.....	75
5.1. Заключительный этап кампании по связям с общественностью	75
5.2. Проблема оценки эффективности PR-кампаний и PR-акций	78
5.3. Ответность в PR-кампании	80
Заключение.....	82
Словарь терминов	83
Библиографический список	104