

Индивидуальные задания

ЗАДАНИЕ 1

**Использование понятия PR и
его производных**

Сделать подборку материалов прессы, в которых употребляются понятия

- Public Relations
 - PR
 - паблик рилейшнз
 - ПР
 - Пи-Ар
 - связи с общественностью
 - общественные связи
- + производные от этих слов.

Необходимо представить свои комментарии по контексту использованных понятий

Задания сдаются индивидуально каждым студентом в печатном или электронном виде

ЗАДАНИЕ 2

**Паблик рилейшнз и другие
виды коммуникативной
деятельности**

Сделать подборку материалов прессы по видам коммуникаций

- пресс-посредничество
- паблисити
- реклама
- промоушн
- маркетинг
- пропаганда

Необходимо представить свои комментарии по
контексту использованных понятий

Задания сдаются индивидуально каждым
студентов в печатном или электронном виде

Пресс-посредничество

написание материалов или организация специальных мероприятий с целью привлечения внимания средств информации и обеспечения общественной заметности

Каких материалов?	Каких мероприятий?
-Заказные статьи -размещение скрытой рекламы или антирекламы под видом авторского материала	- заслуживающих стать новостями; - привлекающих внимание к организации, человеку, товару или идее

Классификация джинсы

Политическая
джинса

- **Материалы** с нужными заказчику акцентами
- **Обнародование социологических исследований** (завышение или занижение рейтингов, фальсификация данных)
- **Публикация малоизвестных авторов** под видом аналитиков
- **Публикация обращений населения, работников**
- Размещение **платных комментариев** в интернете

Классификация джинсы

Коммерческая
джинса

- Рекламный текст
- Имитация новостей или телевизионных репортажей
- Визуальная скрытая реклама на телевидении

По степени законности

Белая (легальная)	Чёрная
<p>функционирует на основе спонсорских договоров и информационного сотрудничества.</p>	<p>подкуп редакции и сотрудников. Подразделяется на:</p> <ul style="list-style-type: none">Корпоративную — размещение материалов через рекламный отдел.Пассивную (блокинг) — специальные люди в редакции следят за отсутствием публикаций на нежелательные темы.Персонифицированную — публикации идут через конкретного журналиста.

Естественная (нативная) реклама

(англ. native advertising) — способ, которым рекламодатель привлекает к себе внимание в контексте площадки и пользовательских интересов

Иногда можно встретить обозначение –
эмбиент-реклама



All you can eat
Rest stop



Нативная реклама ВСЕГДА выходит с пометкой о рекламе. Форматы этого могут быть разными — «Партнерский проект», «Sponsored content», «Promotion» и т.д. Но всё равно СМИ обозначает так или иначе, что проект оплачен.

Реклама

- это открыто оплачиваемые продавцом товара или услуги отношения между ним и покупателем.

Есть различия в их сути понятий реклама и PR: термин «реклама» иногда используется для определения некой оплачиваемой деятельности (организация выставок, кинофильмов, публикаций и т. д.), в то время как PR означает действия, с расходами непосредственно не связанные.

Паблісіті

- інформация из независимого источника, используемая СМІ, потому что она имеет ценность новости.
- Специальные события для компании станут паблісіті только после сообщения в СМІ. Событие - это только повод для паблісіті, но не само паблісіті.

Содействие (промоушн)

это функция Паблик рилейшнз, которая предусматривает специальные усилия (активность или организованные события), рассчитанные на формирование интереса к личности, товару, организации или направлению деятельности.

Любое мероприятие, организованное для формирования заинтересованности со стороны общественности к какому-либо делу, должно быть легитимным, проводиться в рамках действующего законодательства. В противном случае оно может привести к совершенно противоположным результатам.

Маркетинг

- - это процессы планирования и реализации продукции, ценообразования, продвижения на рынок и распространение идей, товаров, услуг с целью организации обмена, удовлетворяющие запросы как индивида, так и организации в целом