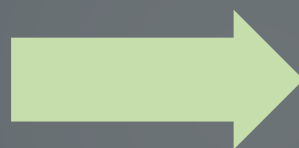


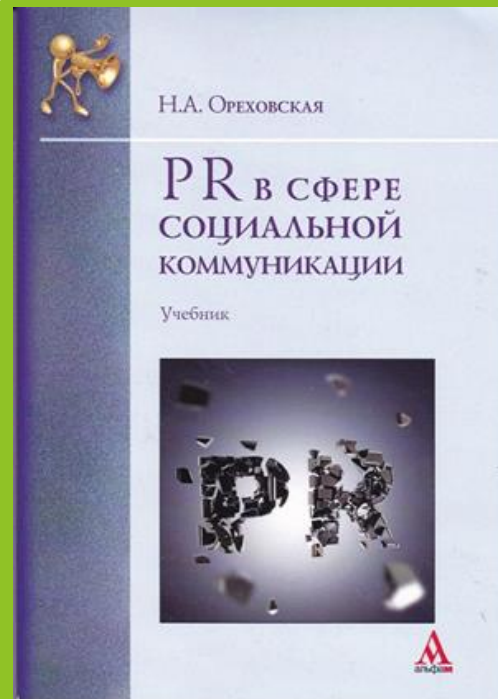
КОМУ?

Начинающим и
успешным,
интересующимся
и
профессионалам



ЗАЧЕМ?

Для личного
роста и
успешной
карьеры



Главные задачи учебника:

- вооружить будущих специалистов теоретическими, а главное, практическими знаниями о PR-технологиях, которые являются неотъемлемой частью в системе социальной коммуникации;
- научить их квалифицированно анализировать сложный мир социальных коммуникаций;
- разбираться в области связей с общественностью и управлять ими для достижения взаимовыгодных, гармоничных отношений в профессиональной и социальной деятельности.

РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЙ СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И PR

Рассматриваются структурные элементы социальной коммуникации, её функции. Читатель знакомится с моделями социальной коммуникации, в этой связи подробно освещаются понятия общественность и общественное мнение.

Определяется сущность, цель и задачи PR. Обращается внимание на исторические вехи развития PR, а также эволюцию рекламы в России.



РАЗДЕЛ 2. PR-ТЕХНОЛОГИИ КАК СРЕДСТВО ВЛИЯНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Рассматриваются манипулятивные технологии как средства влияния в социальной коммуникации.

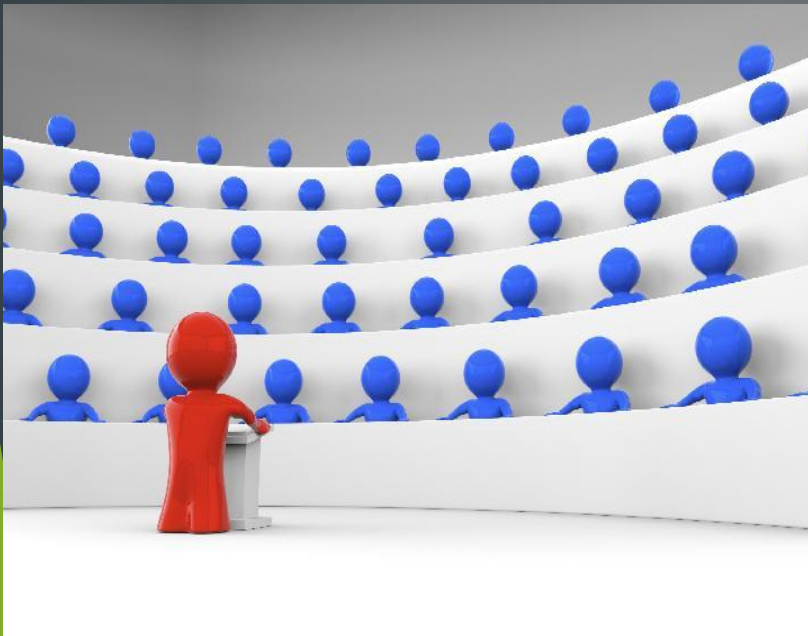
Раскрывается важность корпоративной и личной деловой культуры в построении социальной коммуникации. Особое внимание уделяется вопросам этикета и созданию имиджа делового человека, с учётом гендерных особенностей.



РАЗДЕЛ 3. КОММУНИКАЦИЯ КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ВИД СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Дается характеристика видам коммуникаций и роль коммуникативной культуры в деловом общении.

Читатель знакомится с технологией подготовки публичных выступлений и секретами самопрезентации.



РАЗДЕЛ 4. ЭТИКА ДЕЛОВОЙ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Излагается вопрос о сущности этики деловых отношений, её основных особенностях, а также затрагивается проблема этики деловых отношений в различных культурах.

Освещается роль этики в социальной коммуникации.



РАЗДЕЛ 5. ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ PR В СФЕРЕ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Рассматривает основополагающие вопросы учебного курса – как строить отношения со СМИ, как грамотно составлять текстовые документы, особенности личных контактов в социальной коммуникации.



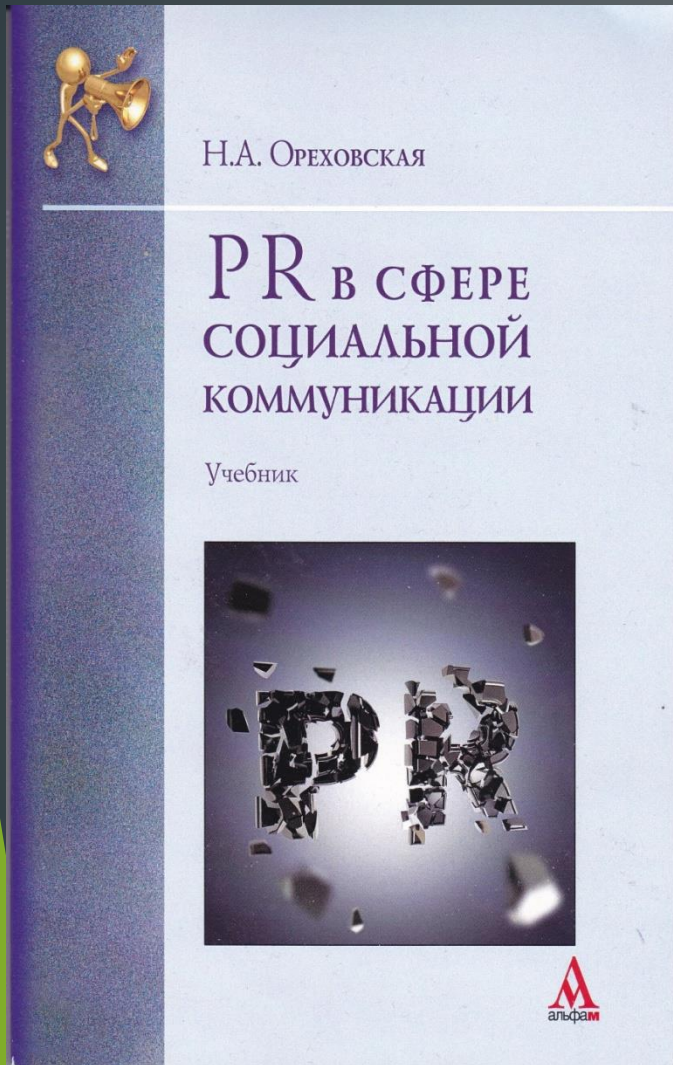
Стремясь к чёткости и наглядности изложения, автор включил в учебник краткий словарь терминов и приложения с таблицами, заданиями и тестами.

Каждый раздел учебника заканчивается списком рекомендуемой литературы, вопросами и заданиями. Вопросы позволяют читателю самостоятельно проверить степень освоения прочитанного материала.



Данное учебное издание
рекомендовано в качестве
учебника для студентов
высших учебных заведений,
обучающихся по
направлению подготовки
040100 – «Социология»
(квалификация (степень)
«бакалавр»).

Регистрационный номер
рецензии 437 от 25 октября
2013г. ФГАУ ФИРО.



ОБ АВТОРЕ

Ореховская Наталья Анатольевна — доктор философских наук, профессор кафедры социологии и культурологии МГТУ им.Н.Э. Баумана, член Российского Общества Социологов (РОС), член Европейского Общества Социологов (ESA).



Является автором более 100 печатных работ. Ряд ее научных публикаций изданы за рубежом.

Наталья Ореховская — дипломированный бизнес-тренер. Автор оригинальных методик мастер-классов, практических семинаров, тренингов, которые направлены на развитие индивидуальной эффективности.

Удачи в освоении курса!

