

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

для бакалавров

сентябрь – декабрь 2019

Надежда Николаевна Покровская

nnp@europa.com

Кандидат экономических наук, Доктор социологических наук
Профессор, профессор ВШМИСО СПбПУ Петра Великого

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

6-7 сентября 2019 – Введение

- ✓ Знакомство: цели, содержание курса
- ✓ Основные понятия. Цикл управления

Communicative strategies for cyber-economy

- подготовьте групповую презентацию
- Разделение труда?
 - Распределение ролевых функций
- Анализ человеческих ресурсов?
 - Кто знает английский?
- Уточнение задания?
 - Время, место, ресурсы?

Экзамен либо Зачет

Оценка складывается на основе суммирования баллов:

Групповой проект	40 баллов
Презентации – 3 модуля	60 баллов
Активность на занятиях	20 баллов
Зачет	90 баллов
Хорошо	84 балла
«Отлично»	94 балла
День зачета / экзамена	+ 10 баллов

1. Групповой проект

13 сен. – Сформировать группы по 3-5 человека

27 сен. – Предложить план создания:

- Рекламного подразделения предприятия

4 окт. – Распределить обязанности

11-18 окт. – Положение об отделе
Структура, цели, функции, обязанности...

25 окт. – План (перспективы) развития отдела

8-15 ноя. – Финансовые расчеты

1-14 дек. – защита групповых презентаций
(30 мин)

15 дек. – подведение итогов

План презентации группового проекта

- Стр. 1-2 и 2 последние: титул; план; список источников; спасибо за внимание, презентацию подготовили...
- Предприятие
- Рекламное подразделение
 - Объем
 - сколько человек, сколько внутри отделов
 - цели
- Структура, функции, обязанности...
 - по элементам структуры (по подотделам)
- Финансовые расчеты
 - Сколько предприятие тратит на рекламный отдел, ФОТ
 - Сколько рекламный отдел тратит на свою деятельность, бюджет
- План (перспективы) развития отдела

2. Презентации

Курс включает 3 теоретических модуля.

По каждому из модулей надо:

- Выбрать тему / предложить свою
- Найти материалы
- Подготовить презентацию
 - 10-12 мин
 - 15-20 страниц, MS PowerPoint
- Защитить презентацию

1 – Подходы к управлению

коммуникационными процессами

1. Социодинамическая теория массовой коммуникации (А. Моль)
2. Медиа как средство поддержания системной стабильности (системный подход)
3. Синергетика
4. Точка бифуркации и возможности воздействия
5. Манипулятивные техники (вербальные и прочие инструменты)
6. Контекст, фон, шум
7. Информационная теория массовой коммуникации
8. Коммуникативная цепь и её элементы
9. Механистический и деятельностный подход к коммуникации
10. Семиотическая теория массовой коммуникации
11. Линейная модель массовой коммуникации
12. Интеракционная модель массовой коммуникации
13. Трансакционная модель массовой коммуникации
14. Основные модели коммуникативного процесса:
14-1. Сравнение: Модель коммуникации К. Шеннона - У. Уивера – против спиралевидной модели Дэнса
15. Интертекстуальность и «транстекстуальность» в семиотической теории масс.коммуникации
16. Когнитивный и интерпретативный подходы к массовой коммуникации
17. Основные подходы к понятию «дискурс». Типы и виды дискурса
18. Нарратив
19. Образы и символы в цифровой рекламе
20. Цвет и форма как инструмент сообщения
21. Динамика и ритм как инструмент сообщения
22. Звук и длительность как инструмент сообщения
23. Пространство как инструмент сообщения
24. Элиты. Их роль в обществе, в управлении и экономике, в РСО
25. Семантика и семиотика в рекламе

II — Управление в реальной экономике

1. Научный менеджмент – мифы тейлоризма и учение Ф.У. Тейлора
2. Школа человеческих отношений: эксперименты Ротлисбергера и Э.Мэйо
3. Постсовременные теории и концепции в управлении
BSC. KPI. 6sigma. Agile. TQC-TQM. 0stock. JiT. Цикл Деминга. MBO. PM. Бенчмаркинг. Lean Manufacturing. Реинжиниринг...
4. Организационно-правовые формы
5. Высокотехнологичная конкуренция
6. Конкуренция за кадры – привлечение талантов (высококвалифицированные чел. ресурсы)
7. Креативный класс
8. Индивидуализация рынков. Ниши. «Монополистическая конкуренция» (с примерами!)
9. Индивидуализация производственной цепи – технологии
0. Наднациональное регулирование экономики
1. Стратегии
2. Интеграции, дружеские и враждебные слияния и поглощения
3. Сетевые организации
4. Гендерная дискриминация в управлении
5. Гендерные стереотипы в маркетинге
6. Мультинациональные команды
7. Распределенная работа (правовые аспекты найма, достоинства и проблемы)
8. Социальная ответственность бизнеса: начало, реализация, последствия
9. Виртуальные организации или виртуальные подразделения
0. Ресурсный и процессный подходы к построению орг. развития
1. Экономика знаний и управление знаниями
2. Налогообложение рекламной деятельности
3. Глобальная экономика и развитие рекламной деятельности
4. Внутренняя цензура и полит. корректность в реальности и в сети
5. Технологии брендинга

III – Управление в цифровой (виртуальной)

ЭКОНОМИКЕ

1. Телекоммуникации в PCO
2. Нейросетевые технологии в PCO
3. big data для PCO
4. Наднациональное регулирование цифровой экономики
5. Морфология и динамика групп в виртуальной среде
6. Виртуальные организации
7. Конфликт-менеджмент в интернете
8. Мультинациональные команды в сети
9. Роль модератора в сети
0. Взаимодействие в соц. сетях: дискурс и нарратив
1. Привлечение талантов (высококвалифицированные человеческие ресурсы) в интернете
2. Имидж в сети Интернет
3. Работа с репутацией в сети интернет
4. Троллинг
5. Эмоции и логика в интернете и в виртуальных медиа
6. Нейрокоммуникации
7. Блоги и блогеры: типология, функции
8. Cloud computing для PCO
9. Connected factories, Industrie 4.0
0. Fog computing для PCO
1. Распределенные вычисления
2. Blockchain, Ethereum
3. Платежные системы в сети интернет. Apple-pay и др.
4. Business intelligence, economic intelligence
5. Нечеткие множества
6. iBeacon
7. CRM
8. Информация 4.0
9. Экспертные системы в PCO

2-я страница тетради – Правила поведения

1. Выключить звук мобильного –
уважать **внимание** преподавателя и студентов
2. Соблюдать сроки –
уважать **время** преподавателя и свое собственное
3. Встречаться с преподавателем по расписанию –
уважать **труд** преподавателя и студентов
Для общения преподавателя и студента специально отведены часы – лекции и семинары
Передавать через кого-либо или через кафедру = потерять Ваше домашнее задание.
4. Сдать экзамен –
ценить **знания**: теоретические и практические

Спасибо за
внимание

Ваши вопросы?

Система ↔ Хаос

- Разделение труда

- 10 рабочих:

- 12 булавок – каждый

- 48 тыс. булавок – на фабрике

Специализация

Экономия от масштаба

- Комбинирование ресурсов

- Потoki

- стабильность

- оптимизация распределения

- Ожидания поведения

- Обязательства: доверие / контракт / контроль

Понятие : Управление

- Управление
 - сознательное
 - целенаправленное
 - воздействие
 - субъектов – руководящих органов, управляющей структуры
 - на объект – индивидов и группы, объединенные функционально
 - направить их действия
 - получить желаемые результаты
 - объект переходит в требуемое (целевое) состояние

- Wiki

- воздействие
 - субъекта (СУ)
 - на объект
- направленное на достижение абстрактной (неконкретной)
 - но вынужденно-корректируемой цели (задачи, идеи)
- в уже сложившихся рамках правил (обстоятельств),
- которые неизбежно совершенствуются (меняются) тогда,
- когда субъект (этот или другой) непротиворечивее познаёт реальность, с которой сосуществует

+

- действие субъекта, направленное на укрепление сосуществования с реальностью
- стремление субъекта поступить правильно в рамках неких правил



Управляющая система – часть объекта управления !