
Лекция 2

Анализ параметров сходства и различия журналистики, PR и рекламы.

Цель, функции, результат



Сегодня на 1-ой линии В.О. открылся первый в городе магазин «Светоч», торгующий только отечественной бытовой техникой.

В ассортименте – широкий круг бытовых приборов, изготавливаемых российскими производителями: электрокофеварки, комбайны, утюги, чайники и многое другое.

Ветераны войны и труда получили 10% скидку на все товары магазина. В летнее время магазин «Светоч» работает круглосуточно.

Журналистика, реклама и PR

Параметры сходства

- Информационные основы деятельности
- Обмен, получение информации
- Экономическое взаимовлияние
- Наличие общих творческих и организационных методов работы
- Выполнение на доинституциональных или незрелых стадиях одним специалистом ряда функций (журналистика, пиармена и рекламиста)

Параметры различий

- Специфика целей, функций и результата деятельности
- Специфика субъект-объектных отношений
- Разница в содержании деятельности специалистов
- Собственные средства распространения информации
- Отличие структуры и инфраструктуры
- Жанровые особенности текстов, видов и форм подачи информации
- Специфика авторства (персонификации) текстов
- Различие законодательного и этического регулирования сфер личной деятельности специалиста
- Особенности менеджмента специализированных структур

	Функции	Средства	Результат
Журналистика	Информирование (социально-значимая информация)	СМИ (газеты, журналы, радио, ТВ, информ. агентства)	Общественное мнение

	Функции	Средства	Результат
PR	Информирование (социально-значимая информация для субъекта PR)	СМИ, специальные мероприятия, личные контакты и т.д.	Общественное мнение → имидж → репутация

	Функции	Средства	Результат
Реклама	Информирование (социально-значимая информация для субъекта рекламы)	СМИ, специфические рекламные носители	Общественное мнение → купля/продажа товара/услуги

PR

по сферам деятельности

политический

социально-культурный

экономический

по способам распределения информации

информационный

неинформационный

по целевому воздействию

внутренний

внешний

Типология рекламы

РЕКЛАМА



TINKOFF PRIVATE MICROBREWERY

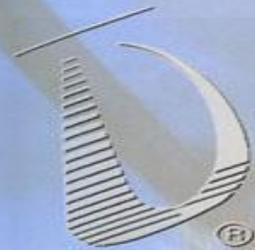


С.-Петербург
Десять сортов свежего нефiltrованного пива
Европейская кухня
В суши-баре "Тинькофф"
настоящие японские суши
Трансляция спортивных
соревнований на двух
Большие вертелки
Ср.—Вс. — живая музыка
Открыт ежедневно
с 12.00 до 06.00 утра

ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЕТЬ РЕСТОРАНОВ
С.-Петербург Казанская улица, 7 (812) 118 5566
Москва Протоочный переулок, 11 (095) 777 3300
Самара Московское шоссе, 2В (8462) 702 701
Новосибирск улица Ленина, 29 (3832) 222 703
ultrapremium.ru



ТИНЬКОФФ – ОН ТАКОЙ ОДИН
ultrapremium.ru



ДОРОГА DOROGA

Международная выставка дорожного строительства
и инфраструктуры

2006

Москва
Крокус Экспо



ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ:

- инвестиции в программы дорожного строительства
- дорожная и строительная техника, запчасти и комплектующие
- перспективные технологии
- проектирование
- строительство, ремонт, содержание дорог
- геоинформационные системы
- мосты, путепроводы, тоннели
- строительные и дорожные материалы
- безопасность и обеспечение движения
- эксплуатация дорог
- придорожный сервис (гостиницы, АЗК, объекты торговли, питания)
- геодезия
- экологический мониторинг
- картография
- специализированная пресса

www.doroga-expo.ru

27-30 марта

Информационная поддержка:



Организаторы:



Оргкомитет:

тел.: (495) 956-48-22
факс: (495) 255-70-69
e-mail: doroga@m-expo.ru
<http://www.doroga-expo.ru>



Лекция 2.12.



**14 октября -
выборы
в Государственную
Думу РФ**

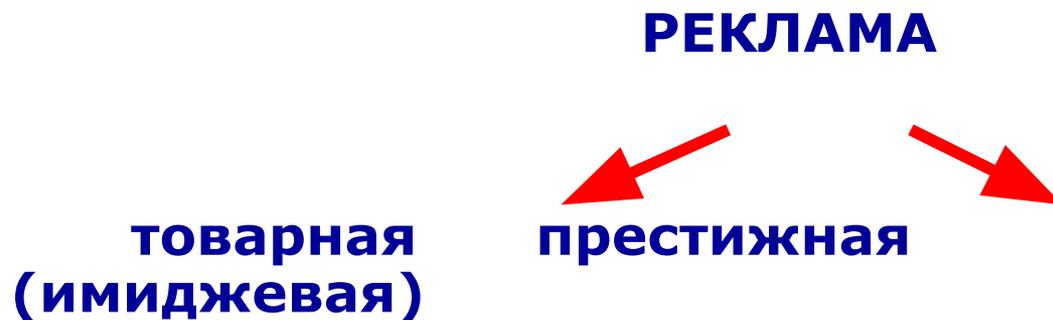
СОЛОНИН
Юрий Никифорович

СОЮЗ ПРАВЫХ СИЛ
ОТЧЕСТВО
ЯБЛОКО
ВПП Петербурга

СПбГУ

Отпечатано в ООО "СВЛ" Гатчина, ул. Солнечная, 2. Тел: (4271) 34977. Тираж 800 экз. Заг. № 1829. 21.09.2011 г. Заказчик - кандидат в депутаты ГД РФ Солонин Юрий Никифорович. Отпечатано в соответствии с требованиями заказчика.

Типология рекламы



Типология рекламы

РЕКЛАМА

	коммерческая	политическая	социальная
Предмет	товар, услуга	власть	общечеловеческие ценности
Распространение	оплаченное	оплаченное	бесплатное в соответствии с законом «О рекламе»
Субъект (рекламодатель)	производитель товара (услуги)	инициатор, носитель политической идеи	общественная или государственная организация, бизнес, отдельные лица и т.д.