

Министерство образования и науки РФ
Алтайский государственный университет
Кафедра связей с общественностью и рекламы

Ю. В. Явинская

РЕКЛАМНЫЕ И PR-КАМПАНИИ

Учебное пособие

Для направления подготовки
«Реклама и связи с общественностью»
(бакалавриат)



Барнаул

Издательство
Алтайского государственного
университета
2015

ББК 659.1(075.8)+659.4(075.8)

УДК 76.006я73+60.842я73

Я 19

Рецензенты:

доктор соц. наук, профессор *А. В. Ковалева*;

канд. соц. наук, доцент *М. В. Гундарин*

Явинская, Ю. В.

Я 19 **Рекламные и PR-кампании** [Текст] : учебное пособие /
Ю. В. Явинская. — Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2015. — 88 с.

ISBN 978-5-7904-1908-9

Пособие представляет собой изложение актуального научно-методического материала по курсу «Рекламные и PR-кампании» для студентов-бакалавров третьего года обучения. В пособии изложены методические задачи и проблемы курса, обозначены темы лекционных и практических занятий. Особую ценность представляют материалы для практических занятий, где собраны самые свежие кейсы из профессиональных источников по рекламе и PR.

ББК 659.1(075.8)+659.4(075.8)

УДК 76.006я73+60.842я73

ISBN 978-5-7904-1908-9

© Ю. В. Явинская, 2015

© Оформление. Издательство
Алтайского государственного
университета, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. РЕКЛАМНЫЕ И PR-КАМПАНИИ КАК ОБЪЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ	4
2. ТЕМАТИКА И СОДЕРЖАНИЕ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ	6
<i>Раздел 1. Рекламные и PR-кампании как виды маркетингового проектирования</i>	6
<i>Раздел 2. Рекламные кампании</i>	8
<i>Раздел 3. PR-кампании</i>	9
3. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ И МАТЕРИАЛЫ К НИМ	12
<i>Практическое занятие № 1. Виды маркетингового проектирования (2 часа)</i>	12
<i>Практическое занятие № 2. Структура коммуникационной кампании: основные этапы (2 часа)</i>	15
<i>Практическое занятие № 3. Методы анализа проблемной ситуации (4 часа)</i>	20
<i>Практическое занятие № 4. Методы исследования аудитории проекта (4 часа)</i>	23
<i>Практическое занятие № 5. Основания для позиционирования товара или услуги (2 часа)</i>	28
<i>Практическое занятие № 6. Составление брифа для коммуникационной кампании (4 часа)</i>	32
<i>Практическое занятие № 7. Особенности этапа анализа ситуации и анализа аудитории в рекламной кампании (4 часа)</i>	36
<i>Практическое занятие № 8. Стратегическое планирование в рекламе (2 часа)</i>	40
<i>Практическое занятие № 9. Тактическое планирование в рекламе (4 часа)</i>	46
<i>Практическое занятие № 10. Оценка эффективности рекламной кампании (4 часа)</i>	49
<i>Практическое занятие № 11. Анализ ситуации и анализ аудитории проекта в PR-кампаниях (4 часа)</i>	55
<i>Практическое занятие № 12. Стратегическое и тактическое планирование в PR-кампании (4 часа)</i>	58

<i>Практическое занятие № 13. Креативное планирование в PR-кампании (2 часа)</i>	64
<i>Практическое занятие № 14. Разработка тактических планов. Оценка эффективности PR-кампании (4 часа)</i>	66
<i>Практическое занятие № 15. Презентации проектов коммуникационных кампаний для заказчика (8 часов)</i>	79

Учебное издание

Явинская Юлия Вадимовна

РЕКЛАМНЫЕ И PR-КАМПАНИИ

Учебное пособие

Редактор Н. Ю. Ляшко

Подготовка оригинал-макета О. В. Майер

Издательская лицензия ЛР 020261 от 14.01.1997.

Подписано в печать 31.03.2015.

Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Печать трафаретная.

Усл.-печ. л. 5,1. Тираж 100 экз. Заказ 131.

Типография Алтайского государственного университета

656049 Барнаул, ул. Димитрова, 66