

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/352053>

Тип работы: Реферат

Предмет: Бизнес планирование

Содержание

Введение 3

История развития PR в России 4

Профессиональная деятельность в области PR 7

Этика и профессиональный кодекс PR-специалиста 10

Заключение 12

Список использованной литературы 13

Введение

Современный мир, насыщенный информацией, требует от компаний и организаций умения эффективно взаимодействовать с общественностью, продвигать свои идеи и продукты, формировать имидж и репутацию. В этом контексте профессиональная деятельность в области PR (public relations) является неотъемлемой частью успешной работы любой компании, организации или индивидуального предпринимателя. PR-специалисты занимаются созданием и поддержанием положительного имиджа компании, формируют и проводят мероприятия для привлечения внимания к продукту или услуге, участвуют в разработке рекламных и маркетинговых стратегий.

Цель данного реферата - рассмотреть процесс формирования PR как профессиональной деятельности в России, историю развития этой профессии, современное состояние и перспективы развития, а также профессиональные качества и задачи, стоящие перед PR-специалистами. В работе также будет проанализировано влияние политической системы на развитие PR в России, рассмотрены наиболее значимые события и персонажи в истории этой профессии в России, а также изучены основные сферы деятельности и инструменты PR-специалиста.

В процессе написания реферата будут использоваться методы анализа и сравнительного анализа, исторический и логический методы, а также результаты исследований и опросов специалистов в области PR. Результаты работы могут быть полезны студентам, преподавателям, а также всем, кто интересуется профессиональной деятельностью в области PR в России.

Список использованной литературы

- 1.Блэк С. Введение в PR. - Ростов н/Д., 1998
- 2.Доскова И.С. Public Relations: Теория и практика. - М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2004
- 3.Исянова Э.Х. Актуальные проблемы и особенности формирования профессиональной этики PR-специалистов в России // Вестник университета, 2015
- 4.Калиберда Е.Г. Связи с общественностью: вводный курс. Учебное пособие. - М.: Логос, 2003
- 5.Корнейчук, Ю. В. История становления и специфика профессии PR-специалиста // Ю. В. Корнейчук, Н. А. Лукин. — Текст: непосредственный // Молодой ученый, 2015
- 6.Моисеев В.А. PR: теория и практика. - М.: ООО «ИКФ Омега-Л», 2001
- 7.Новаторов В. Е. Отличительные особенности российской модели специалиста Pr // Знак: проблемное поле медиаобразования, 2016
- 8.Романов А. А., Ходырев А. А. Управленческая имиджеология. Тверь, 2007
- 9.Тульчинский, Г. Этичный пиар - это взрослый пиар / Г. Тульчинский // Советник, 2008
- 10.Федотова Л. PR и общественное мнение. - СПб.: Питер, 2001

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/352053>