

УДК 070(075.8)
ББК 76.01 я 73
К 88

Рецензент
кандидат филологических наук, старший преподаватель
О.С.Кудрявцева

К 88 **Кудашова Ю.В.**
Связи с общественностью в управлении [Текст]:
методические указания / Ю.В. Кудашова – Оренбург, ГОУ
ОГУ, 2008. – 62 с.

Методические указания содержат перечень программных лекционных тем по дисциплине «Связи с общественностью в управлении», списки рекомендуемой литературы, вопросы для самопроверки, характеристику деятельности современной организации и пример формирования механизма связей с общественностью в процессе управления организацией.

Методические указания адресованы студентам дневной и заочной форм обучения специальности 030602.65 – Связи с общественностью.

К 4502020000

ББК 76.01 я 73

©Кудашова Ю.В., 2008
© ГОУ ОГУ, 2008

Содержание

Введение.....	5
1 Разделы дисциплины, их содержание и виды занятий.....	6
2 Место дисциплины в учебном процессе.....	7
3 Содержание лекционных тем дисциплины.....	7
3.1 Тема 1: Особенности антикризисного управления организацией в рыночных условиях.....	7
3.2 Тема 2: Использование средств маркетинга в антикризисном управлении организацией.....	13
3.3 Тема 3: Коммуникация как связующая функция управления в деловой среде организации.....	18
3.4 Тема 4: Сущность и концепция процессов связей с общественностью.....	26
3.5 Тема 5: Организация и планирование связей с общественностью.....	31
3.6 Тема 6: Система средств и методов связей с общественностью.....	38
3.7 Тема 7: Формирование механизма связей с общественностью в управлении организацией.....	47
4 Этапы выполнения расчетно-графического задания.....	63
5 Рекомендуемая литература.....	64
5.1 Основная литература.....	64
6 Вопросы к зачету в 9 семестре.....	65

Введение

Современные организации осуществляют деятельность в условиях повышенного риска возникновения кризисных ситуаций. Организация как социально-экономическая система развивается циклично. Управление социально-экономической системой в определенной мере должно быть всегда антикризисным.

Совершенно очевидно, что в условиях социально-ориентированных рыночных отношениях любая фирма или компания должна нести ответственность за результаты своего труда перед обществом, в котором она функционирует. Она должна эффективно работать на благо акционеров и сотрудников и вместе с тем вносить ощутимый вклад в экономику и благосостояние страны. Поэтому актуально рассмотрение современных методов и проблем антикризисного управления.

Эволюция теории и практики антикризисного управления проявляется в различных направлениях и связана с вступлением общества в информационную стадию. Общее направление эволюции менеджмента — переход от модели управления в условиях массового производства и относительно низкого уровня конкуренции к модели управления в значительной степени индивидуализированного производства и обострившейся конкуренции.

Информационное пространство организации образует ее деловую среду, состоящую из внешней (ближней и дальней) и внутренней среды организации. Деловая среда организации никогда не бывает стабильна. Каждое предприятие должно не только знать свою деловую среду и ее природу изменений, но и уметь реагировать на эти изменения.

Коммуникация есть практическая активность субъекта управления, имеющая прямое влияние на эффективность управления организацией. По коммуникационным каналам в системе управления передается информация. В свою очередь коммуникационный процесс можно представить как функциональную систему управленческих действий.

Связи с общественностью представляют собой средство, позволяющее соединить рынок, маркетинговую стратегию, интересы предприятия и покупателей. Концептуальная деятельность по связям с общественностью направлена на обеспечение эффективного взаимодействия как внутри фирмы, так и с внешними представителями деловой среды организации.

Развитие современного профессионального бизнеса неразрывно связано с концепцией Паблик рилейшнз, ее принципами в области создания благоприятных внешних условий для формирования деловой активности, без которой риск может оказаться неоправданным, цели не достигнутыми. Развитие рыночной экономики повлекло за собой заинтересованность предприятий в правильном и действенном формировании собственного имиджа.

Целью учебного курса является изучение теоретических и практических аспектов формирования механизма связей с общественностью в антикризисном управлении организацией.

Предметом изучения является механизм связей с общественностью.

Курс рассчитан на 10 часов лекций, 10 часов практических занятий. Завершающим этапом изучения дисциплины является расчетно-графическое задание, при выполнении которого закрепляются все основные теоретические положения курса.

Промежуточная оценка знаний и умений студентов проводится с помощью набора тестовых вопросов, которые включают в себя основные проблемы курса. Итоговый контроль в виде зачета предусмотрен в 9 семестре.

1 Разделы дисциплины, их содержание и виды занятий

Таблица 1

№ раздела	Наименование разделов и их содержание	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Вне-ауд. Работа
			Л	ПЗ	ПР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Особенности антикризисного управления организацией в рыночных условиях.	6	2	2	1	6
	1.1 Основные проблемы антикризисного управления организацией 1.2 Содержание антикризисного управления организацией 1.3 Факторы эффективности антикризисного управления					
2	Использование средств маркетинга в антикризисном управлении организацией.	6	2	2	1	6
	2.1 Особенности маркетинговой модели управления организацией 2.2 Маркетинговая стратегия управления организацией 2.3 Формирование эффективных коммуникаций в антикризисном маркетинге					
3	Коммуникация как связующая функция управления в деловой среде организации.	6	2	2	1	6
	3.1 Коммуникация как функция менеджмента 3.2 Основные виды коммуникаций 3.3 Модель процесса обмена информацией					
4	Сущность и концепция процессов связей с общественностью.	6	1	1	1	6