

PR И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ

*Материалы
III Межвузовской научно-практической
конференции*

(25 апреля 2008 года)



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное агентство по образованию
Государственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования

**КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра истории и социальных коммуникаций

PR И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ

Материалы

III Межвузовской

научно-практической конференции

(25 апреля 2008 г.)



Краснодар

2009

УДК 659.4
ББК 76.006.5

П 12 PR и коммуникационные процессы: Материалы III Межвузовской научно-практической конференции (25 апреля 2008 г.). – Краснодар: Издательский Дом–Юг, 2009. –138 с.
ISBN 978-5-91718-021-2

Представлены материалы III Межвузовской научно-практической конференции «PR и коммуникационные процессы», в которой нашли отражение актуальные проблемы связей с общественностью, очерчены реалии и перспективы развития коммуникационных технологий.

Предназначены для преподавателей вузов, средних специальных учебных заведений, аспирантов, студентов и других заинтересованных лиц.

Организатор конференции:

Кафедра истории и социальных коммуникаций Социально-гуманитарного факультета Кубанского государственного технологического университета.

Оргкомитет:

Чугунцова Н.А., доктор исторических наук, профессор, зав. кафедрой истории и социальных коммуникаций – председатель.

Ароянц А.А., кандидат филологических наук, доцент кафедры истории и социальных коммуникаций.

Студенты 2 курса специальности «связи с общественностью»: Седой Евгений, Майнич Дарья, Салогуб Наталья, Скачко Юлия, Иванько Татьяна.

ББК 76.006.5
УДК 659.4

ISBN 978-5-91718-021-2

© ООО «Издательский Дом–Юг», 2009

© Кафедра истории и социальных коммуникаций Кубанского государственного технологического университета, 2009

СОДЕРЖАНИЕ

Чугунцова Н.А. Коучинг как технология PR.....	4
Киянова Е.Г. Деятельность компании «Нестле Кубань».....	11
Мороз Т.В. Технология подготовки PR-текстов в рамках коммуникационной стратегии компании «STAR Travel»	19
Ароянц А.А. Концепция формирования имоджа КубГТУ	22
<i>Студенческая секция:</i>	
Баран Е. Социальная ответственность СМИ за формирование гражданской позиции аудитории.....	25
Безрукавая О. Женщины в PR.....	28
Божко А. Антикризис по-Сочински	31
Братчикова Е. Социальная ответственность табачных компаний.....	35
Братчикова Е., Корачкова А., Луговая Е. Спорт, который выбираешь ты!.....	39
Бычина П., Овсянникова Н. Толерантность – гармония многообразия.....	43
Говорухина Е. Инструменты продвижения банка (на примере «Крайинвестбанка» и «Юг-Инвестбанка»).....	46
Денисова Т. Деятельность пресс-службы в силовых структурах (на примере Черноморско-Азовского пограничного управления береговой охраны ФСБ России в г. Краснодар)	49
Деньщикова Е. Анализ коммуникативных технологий пропаганды и PR в государственной информационной политике СССР и Российской Федерации в 1980-2006 гг. путем контент-анализа печатных СМИ	53
Дешина А. Коммуникация на примере спортивной журналистики.....	58
Захарова А. Организация Fashion-показа.....	63
Иванько Т., Куккоев И. Специфика и проблемы осуществления PR-коммуникации в среде Интернет	67

Казыдуб Е. Позиционирование. Модель «идеального» гипермаркета г.Краснодара	70
Касьянов Д. Брендбилдинг как коммуникационный процесс в связях с общественностью	73
Корачкова А. Как корабль назовешь – так он и поплывет	77
Кукарека Л. Конструирование социальной проблемы ВИЧ/СПИДа печатными СМИ г. Новороссийска	81
Ланцева И. Особенности PR-продвижения элитного жилья в Краснодаре (на примере продвижения жилого комплекса «Ривьера» корпорации «Девелопмент-Юг»)	84
Луговая Е. Благотворительность как одно из направлений PR-деятельности	88
Мазур П. Влияние российских СМИ на подростковую аудиторию.....	91
Мацко Н. Архетипы в коммерческой рекламе	94
Морозова Л. Технологии управления слухами в организации	98
Обиход В. Специализированные журналы по связям с общественностью в профессиональном пространстве.....	103
Пичугина К. Цели и задачи пресс-центров в спортивных организациях.....	105
Пую К., Резниченко Ю. Социальная реклама в СССР и России.....	109
Рудобаба И. Волонтеры в олимпийском движении.....	116
Седой Е. Университетская многотиражная газета как корпоративное издание	121
Хомутова Н. Место и роль отдела по связям с общественностью в современном бизнесе.....	126
Чернышева Ю. Проблемы отторжения рекламной коммуникации аудиторией.....	130
Щукина А. СМИ как инструмент политических PR на примере деятельности партии «Единая Россия».....	133