**План практических занятий.**

Для подготовки к проведению практического занятия по дисциплине каждый студент должен:

1. На установочной лекции после ознакомления с методическими материалами по дисциплине, выбрать тематику доклада, согласовать с преподавателем.
2. Прочитать раздел учебного пособия или модуль конспекта лекции, соответствующий выбранной теме.
3. Собрать информацию по тематике в сети Интернет, библиотеке. Для подготовки использовать библиографию и список интернет-ресурсов.
4. Подготовить доклад на 20-25 минут.
5. Разработать презентацию в электронном виде и отослать ее на проверку преподавателю не позднее, чем за 1 неделю до начала практических занятий.

**Требования к подготовке презентации.**

Количество слайдов: не менее 15-20.

1 слайд: тема, автор.

2 слайд: план доклада.

3 слайд: список источников, в т.ч. интернет-ресурсов, используемых для подготовки доклада. (оформленный по ГОСТ!!!).

4 -5 слайд: глоссарий по теме (основные определения и специфические термины).

не менее 10 слайдов по теоретическим аспектам заявленной темы.

не менее 6-8 слайдов примеров из практики.

**Примерные темы докладов**

1. Свойства и закономерности коммуникативного пространства. (Использование мифов и символов. Массовая, межгрупповая и межличностная коммуникация. Современные формы и методы коммуникации. Теория и практика информационной манипуляции).
2. Общественное мнение, его сущность, влияние на социальную жизнь (История изучения общественного мнения в России и США. Методы измерения общественного мнения. Ведущие исследовательские организации).
3. Пиар в органах власти (Нормативно-правовые основания деятельности пресс-служб исполнительных органов власти, структура и функционал пресс-служб, методы и формы информационной работы).
4. Технологии организации значимых событий (Основы ивент-менеджмента. Виды и типы значимых событий. Выставка как технология продвижения организации. и т.д.)
5. Технологии взаимодействия с масс-медиа (Проведение пресс-конференций и брифингов. Основы формальной и неформальной коммуникации с журналистами)
6. Основные технологии пиар-продвижения в интернете (Требования к сайту /технические, организационные и содержательные/, специфика работы на форумах, информационных сайтах, базах и банках данных организация конкурсов и т.д. Двухсторонний принцип коммуникации и обратная связь.
7. Имидж организации (Основы корпоративной имиджелогии. Реальный и виртуальный образ организации. Имидж государственного учреждения. Проблемы и возможные пути решения)
8. Имидж политического лидера (Методы диагностики имиджа, приемы конструирования и коррекции).
9. Антикризисный пиар в политической и экономической сферах деятельности (Основные ПР классификации кризисов : по степени прогнозируемости, по динамике протекания, по источникам возникновения и последствиям. Основные этапы антикризисного ПР. Правила «Тайленола». Типовой план действий при проявлении кризисной ситуации. Условия успешной коммуникации со СМИ в рамках антикризисного ПР).