

ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольная работа выполняется студентами **заочной формы обучения**. Для выполнения задания необходимо изучить литературу по теме и оформить ее в соответствии с планом. Изложение должно отличаться композиционной четкостью, логичностью, грамотностью.

Основным PR – документом во взаимодействии PR-специалиста со СМИ является пресс-релиз. Во многих специализированных учебниках и книгах его даже образно называют «рабочей лошадкой» PR. Пресс-релиз – важнейший PR-документ, который позволяет организации информировать СМИ о важных для нее событиях, достигая большей известности.

Предложенное для выполнения практическое задание предполагает подготовку пресс-релиза для предприятия (организации) по выбору студента на предложенные темы:

- 1) расширение деятельности (производства) компании / покупка новых площадей (заводов, фабрик и т.д.);
- 2) отчет о финансовых показателях деятельности компании (преимущественно за год);
- 3) проведение ежегодных собраний акционеров / новые назначения на ключевые посты в компании;
- 4) выход на новые рынки / расширение сферы деятельности компании, инвестирование;
- 5) «круглые» даты самой компании или производимого продукта, или услуги;
- 6) получение наград, премий;
- 7) закупка нового оборудования;
- 8) слияния и поглощения;
- 9) начало новой широкомасштабной рекламной кампании;
- 10) кризисные явления (недружественные слияния, рейдерские атаки, потеря основных фондов компании вследствие пожаров, наводнений, обвинения в производстве некачественной продукции, наносящей вред жизни и здоровью потребителей и др.).

При этом важно помнить, что пресс-релиз можно разделить на три подвида:

- 1) пресс-релиз;
- 2) пресс-релиз / приглашение;
- 3) пресс-релиз по итогам пресс-конференции или другого мероприятия (круглого стола, симпозиума, форума и т.д.)

Литература: [[1–С.53-96](#); [2–С.51-92](#); [3–С.93-136](#); [4–С104-149](#); [5 – С.92-112](#); [7–С.93-128](#)]