

Шаркова Екатерина Андреевна,
кандидат политических наук
Кафедра связей с общественностью в бизнесе
Реклама и связи с общественностью, очная форма, 3 курс
5 семестр
2016–2017 уч.г.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ PR В РЕСУРСОДОБЫВАЮЩИХ КОМПАНИЯХ

Спецкурс

Цель – сформировать у студентов представление о становлении и развитии экологического PR в бизнесе в современном мире, о роли экологической коммуникации в формировании и поддержании экономических и политических отношений в системе «общество – природа».

Спецсеминар направлен на овладение студентами комплексом теоретических знаний направления «экологический PR», «корпоративная экологическая ответственность», «корпоративная экологическая политика» и «экологическая коммуникация», а также на приобретение практических навыков подготовки реализации PR- кампаний экологической направленности в бизнес-среде.

Изучая курс, студенты получают системное представление об истории развития и современном состоянии направления экологического PR в России; научатся работать с источниками экологической информации; анализировать опыт отечественных и зарубежных компаний; а также на практике применять приемы и техники планирования, подготовки и реализации экологически ориентированной PR - деятельности от лица бизнес-субъекта.

Лекционный материал опирается на практические примеры PR-кампаний, успешно реализованных транснациональными корпорациями. В рамках данного курса студенты узнают: что такое экологический PR и как он связан с корпоративной социальной ответственностью; каковы особенности сырьевого бизнеса и транснациональных корпораций; каким международным правилам следует бизнес, чтобы выйти на мировой рынок; как организовать PR-подразделение, ориентированное на работу в экологической сфере; в каких направлениях ведется экологическая PR-деятельность; какой инструментарий использовать в работе с различными целевыми группами общественности (от коренных малочисленных народов до «зеленых» активистов); каким образом вести коммуникацию в условиях экологического риска.

В результате освоения курса студенты должны овладеть понятийным аппаратом экологического PR, знать основные тенденции, уметь практически использовать полученные знания для выработки и осуществления успешных PR-стратегий экологической направленности.

Авторские публикации по теме спецкурса

1. Шаркова Е. А. Коммуникация в условиях экологического риска // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Филология. Востоковедение. Журналистика». СПб., 2011. No4. С. 237–246.
2. Шаркова Е. А. СМИ в региональных экополитических процессах // СМИ в современном мире. Петербургские чтения. Материалы 51-й Международной научно-практической конференции. СПб. 2012. [Электронный ресурс] URL: <http://rus.if.spbu.ru/conference/2197.html>.

3. Шаркова Е. А. СМИ и деятельность «зеленых»: финский и российский опыт / Журналистика сообществ: опыт и научные исследования в России, США, Северной Европе: матер. междунар. семинара (10 марта 2015 года) / под ред. С. Г. Корконосенко. С.- Петерб. гос. ун-т, Филологический ф-т, 2015. С. 105 - 111.
4. Шаркова Е. А. Социальная миссия экологически ориентированного PR: опыт Архангельской области // Социальная журналистика как общественная деятельность: опыт и научные исследования в России, США и странах Северной Европы: мат. межд. семинара (17-18 марта 2014). СПбГУ. СПб., 2014. С. 95-98.
5. Шаркова Е. А. Формирование имиджа территории: экологическое направление // PR и реклама в системе территориального маркетинга. Материалы международной научно-практической конференции (29-30 ноября 2012 г.) / отв. ред.-сост. Д.П. Гавра. СПб., 2012. С. 66 – 72.
6. Шаркова Е.А. Экологическая журналистика в региональных политических процессах (на примере Архангельской области): дисс. канд. полит. наук. СПб, 2012.
7. Шаркова Е. А. Экологическая коммуникация как информационно-коммуникативная составляющая экополитического процесса // Власть. № 7. М., 2014. С. 43-48. Доступ: <http://www.isras.ru/files/File/Vlast/2014/..07/Sharkova.pdf>
8. Шаркова Е. А. Экологическая политика как имиджевый ресурс // Актуальные проблемы журналистики и массовых коммуникаций. Взгляд молодых исследователей / Межвузовский сборник научных работ студентов и аспирантов. Вып. 11/ сост. О.А. Никитина; под редакцией Б.Я. Мисонжникова. СПб., 2011. С. 229 –238.

План лекций

Тема 1. Экологические проблемы современности: истоки, сущность, состояние. Государственная экологическая политика. Структура органов государственной власти, реализующих экологическую политику в РФ.

Тема 2. Подходы к рассмотрению триады «общество – экономика – природа». Концепция устойчивого развития. Транснациональные корпорации. Экологическая политика и её место в системе экологического менеджмента на уровне компаний.

Тема 3. Инструменты регулирования отношений «природа–общество–бизнес». Экологическая составляющая в конкурентной борьбе на мировом рынке: стандарты; «зелёный» имидж; социальная, экологическая ответственность бизнеса.

Тема 4. Нормативно-правовая база современной государственной экологической политики: соотношение экологического права и корпоративной экологической политики.

Тема 5. Политическая коммуникация как инструмент экологической политики: сущность, источники и каналы, виды, функции. Основные подходы к моделированию экологической коммуникации. Анализ отчетов, корпоративной документации ТНК.

Тема 6. Экологический PR: понятийный аппарат. Отечественные и зарубежные подходы к определению категории. Направления, инструментарий, целевые группы общественности. Кейсы.

Тема 7. Создание специализированного PR-подразделения: организационная структура, иерархия, штат, функционал. Кейсы.

Анализ стратегий, успешных кампаний.

Тема 8. Экологическое движение. Фазы эволюции экологического движения в России. Экологическое движение: понятие, характеристика, направления деятельности. Виды экологических организаций.

Тема 9. Отечественный рынок «зелёных». СМИ как продукт деятельности экологических организаций.

Тема 10. Современная экологическая журналистика: федеральное и региональное измерение. Место экологической журналистики в отечественных СМИ. Структурная модель экологической журналистики.

Тема 11. Негативные факторы, влияющие на развитие экологической журналистики. Финансовые и кадровые трудности СМИ, специализирующихся на экологической тематике. Экологическая журналистика в регионе риска.

Тема 12. Экологическая информация: работа с источниками.

Тема 13. Экологическая информация: написание специализированных PR-текстов.

Тема 14. Экологический PR: аудиторная специфика. Подготовка сценариев работы с целевыми группами общественности для решения различных задач.

Тема 15. Сценарное планирование PR-кампании по преодолению кризисной ситуации, связанной с экологическим риском.

Тема 16. Мастер-классы с практикующими экожурналистами.

Тема 17. Мастер-классы со специалистами пресс-служб ТНК, PR-специалистами экологических организаций.

Самостоятельная работа проходит в групповой форме аудиторной работы, в которой студент представляет авторские решения кейса. Стандартный кейс состоит из материалов предоставленных преподавателем, в которые входит бриф по компании, задачи и план их исполнения. Задача, которую необходимо решить студенту, связана с формированием авторского аналитического кейса по взаимодействию бизнес-субъекта (ресурсодобывающей компании) с проблемными целевыми группами общественности (общественные организации, коренное население, СМИ).

Механика данной работы выглядит следующим образом.

Найти конфликтную ситуацию между бизнесом (строительный, лесной, нефтегазовый, геологоразведочный, целлюлозно-бумажный, транспортный) и некоммерческими общественными организациями (зеленые, градостроительные и прочие). Хронологические рамки поиска ситуации: с 2011 по 2015 гг. Территория: регионы России. Проанализировать PR-инструменты и механизмы работы бизнеса с общественниками в рамках конфликта: 1) медиарилейшнз, 2) специальные мероприятия, 3) коммуникации первого лица, 4) социальные медиа.

Для сбора информации использовать все доступные каналы: социальные медиа, блоги, СМИ, сайты, корпоративные документы, личные связи. Использовать методы эмпирического исследования: экспертные интервью, включенное / невключенное наблюдение, мониторинг медийного поля.

Структура работы. 1) Краткое описание конфликтной ситуации. 2) Характеристика конфликтующих сторон. 3) Характеристика задействованных в конфликте по факту групп общественности. 4) Анализ развития конфликта в медийном поле (оценить характер освещения - коннотация, чью сторону продвигают, какие виды СМИ и какие жанры используют для освещения конфликта, чье авторство, какой процент PR-текстов, какова территория медийного охвата) - с графиками или диаграммами. 5) Анализ специальных мероприятий по схеме: дата, мероприятие, участники, описание, итог с иллюстрациями. 6) Анализ коммуникаций первого лица. 7) Социальные медиа

(таблицей): дата выходы, характеристика источника информации, коннотация сообщения, позиция автора, итог. Проследить динамику. Показать ее графиком или диаграммой. 8) Итоговое резюме - заключение.

Работа готовится в двух видах: 1) в word подробно по всем пунктам (14 кегль, Times New Roman, полуторный, выравнивание по краям); 2) в power point для защиты (от 18 кегля, светлый фон, Таhоmа, иллюстрации). На защиту дается 10-15 минут. Работы сдаются преподавателю в электронном виде за стуки до занятия.

Выполненное домашнее задание является допуском к зачету.

Вопросы к зачету

1. Современные экологические проблемы: глобальный, федеральный, региональный уровни.
2. Экологическое законодательство РФ: базовые аспекты, связанные с регулированием отношений «природа –экономика-общество».
3. Концепция устойчивого развития. Экологическая стандартизация. Транснациональные компании.
4. Экологическая политика: понятийный аппарат, субъекты, цели и задачи, направления деятельности.
5. Корпоративная социальная ответственность. Экологическая ответственность. Анализ опыта конкретной компании.
6. Экологическая политика ресурсодобывающей компании: структурно-функциональный анализ (на примере конкретной компании).
7. Опыт международного управления в области охраны окружающей среды.
8. Экологическая журналистика в России: основные характеристики.
9. Экологическое движение в России: история, современное состояние, деятельность и коммуникативная активность.
10. Экологическая коммуникации: подходы, модели.
11. Экологический PR: определение, характеристики, особенности, направления, инструментарий, целевые группы общественности (на конкретном примере).
12. Организация PR-подразделения в ТНК: штат, функционал, направления деятельности.
13. Экологический PR в условиях кризиса (на конкретном примере).
14. Экологическая информация: работа с источниками.
15. Специфика работы с населением и коренными малочисленными народами.
16. Специфика работы с внутренней общественностью: сотрудники, акционеры, руководство.
17. Специфика работы со СМИ: медиарилейшнз, специальные мероприятия, коммуникации первого лица
18. Организация специального PR-мероприятия международного уровня (на конкретном примере).
19. Освещение деятельности компании по охране окружающей среды, устранению экологических проблем.
20. Экологическая журналистика: классификация СМИ, отечественный рынок «зеленых» СМИ.
21. Экологическая журналистика: жанровая специфика и стилистические особенности.
22. Технология подготовки интервью с экспертом.

Текущий контроль (зачёт)

Успешное освоение дисциплины предполагает работу в аудитории на лекционных занятиях, разбор кейсов и выполнение задания для закрепления приобретенных знаний и навыков по предложенной методике в рамках самостоятельной работы.

Защита домашнего задания является допуском к зачету.

Критерии оценки (зачёт)

Форма проведения зачёта – устная. В билете содержится два теоретических вопроса (по лекциям).

Оценка «зачтено» ставится в случае посещения 70% занятий, выполнения всех домашних заданий и ответов на оба вопроса.

Оценка «незачтено» ставится, если один из вопросов остаётся без ответа. В этом случае студент отправляется на пересдачу.

Предполагаемая продолжительность проведения зачёта с практическими задачами – 30 минут.

Список основной литературы

1. Брекенридж Д., PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты / пер. с англ. М. В. Синельниковой. М., 2010.
2. Гитомер Дж., Бизнес в социальных сетях. Как продать, лидировать и побеждать. СПб., 2012.
3. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: PR: учебное пособие для студентов вузов, обуч. по спец. 350400 «Связи с общественностью». М., 2012.
4. Кузнецов П. А. Public Relations: связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии. М., 2012.

Список дополнительной литературы

1. Барлыбаев Х. А. Путь человечества: самоуничтожение или устойчивое развитие. М., 2001.
2. Бодуан Ж. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство. М., 2001.
3. Булатова А. С., Транснациональные корпорации в мировом хозяйстве // Экономист. 2007. № 5.
4. Василенко А. Б. Пиар крупных российских корпораций. М., 2002.
5. Василенко Е. Социальная ответственность бизнеса: мировой опыт и российские реалии // Власть. 2006. №1.
6. Васильев С., Организация общественной экологической экспертизы. // Экология производства. 2006. № 9.
7. Герасимчук И. Экологическая практика транснациональных корпораций. М., 2007.
8. Главинская Л. Т. Корпоративный экологический менеджмент: стратегический аспект: дисс. канд. эконом. наук. СПб., 2004.
9. Захарова О. А. Природа и культура: Экологическая коммуникация в социокультурном пространстве. М., 2008.
10. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: толковый словарь терминов и концепций. М., 1999.

11. Калиберда Е. Г. Связи с общественностью в сфере экономики. М, 2008.
12. Комаровский В.С., Волгина Н.А. Социальная ответственность бизнеса в условиях современной России: теория и практика. М, 2006.
13. Косов Г. В., Харламова Ю. А., Нефёдов С. А. Экополитология: политология в контексте экологических проблем: уч. пособие для студентов вузов. М., 2008.
14. Коханова Л. А. Экологическая журналистика, PR и реклама. М, 2007.
15. Кочинева А., Берлова О., Колесникова В. Экологическая журналистика. М., 1999.
16. Крупина Н. Н. Власть и бизнес: экологическая проекция социальной ответственности. Пятигорск, 2008.
17. Медведев В. И., Алдашева А.А. Экологическое сознание. М, 2007.
18. Молчанова Я.П. Связи организаций с общественностью: экономические, социальные, экологические аспекты: учеб. пособие. М., 2002.
19. Худоренко Е. А. PR-технологии российских корпораций ТЭК. М., 2005.
20. Яницкий О. Н. Россия: экологический взрыв (общественные движения, наука, политика). Новосибирск, 2002.