

**Министерство образования и науки РФ
Алтайский государственный университет
Факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии
Кафедра связей с общественностью и рекламы**



PR И РЕКЛАМА В ИЗМЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

*СБОРНИК СТАТЕЙ
Электронное издание*

Выпуск 13

Барнаул 2015

© ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет», 2015

Об издании – 1, 2

сведения об издании

УДК 659.4(082)

ББК 60.842я431

П-32

Рецензент: кандидат философских наук, профессор И.В. Огарь

П 52 PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект: сборник статей [Электронный ресурс] / под ред. М.В. Гундарина. – Электрон.текст. дан. (3,5 Мб). – Барнаул: ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет», 2015. – 1 эл. оп.диск (CD-R). – Систем.требования: PCI, Intel Pentium, 1 ГГц; 256 Мб опер.памяти; 30 Мб свобод. диск. пространства; CD-ROM; ОС Windows XP и выше; Adobe Reader. – Загл. с экрана.

ISSN 2307-1982

Научное электронное издание

В сборнике, содержащем статьи ученых и специалистов по связям с общественностью и рекламе, рассматриваются актуальные проблемы рекламы и PR-технологий. Книга выпущена по результатам одноименной Всероссийской научно-практической конференции, прошедшей в Алтайском государственном университете.

Издание предназначено для специалистов в области рекламы и PR, преподавателей и студентов.

ББК 60.842я431

ISSN 2307-1982

© Оформление. Издательство Алтайского государственного университета, 2015

производственно-технические сведения

**PR И РЕКЛАМА В ИЗМЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ:
РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

Выпуск 13

Сборник статей

Редактор – М.В. Гундарин
Верстка - И.И. Иванова

Дата подписания к использованию: 11.11.2015

Объем издания: 3,5 Мб

Комплектация издания: 1 эл. оп.диск (CD-R).

Тираж 50 дисков

ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет»
656049, Барнаул, ул. Ленина, 61

СОДЕРЖАНИЕ

[Гундарин М.В.](#) Интегрированные коммуникации: закономерности, инструменты, методики обучения (вместо вступления)

РАЗДЕЛ 1: PR-ТЕХНОЛОГИИ

[Лукашевич Е.В., Киричук В.А.](#) Стратегии взаимодействия Управления Алтайского края по печати и информации с федеральными СМИ в условиях кризиса

[Шагбанова Ю.Б.](#) Инструменты связей с общественностью в муниципальных органах власти: опыт Исполнительного комитета Рыбно-Слободского муниципального района Республики Татарстан

[Балахонская Л.В.](#) Открытое письмо как жанр PR-текста (на примере открытых писем губернатору Санкт-Петербурга)

[Швец Е.В.](#) Качество редакционной политики: баланс декларируемых ценностей и потребностей аудитории СМИ – региональный аспект

[Дреер К.В., Милюкова А.Г.](#) Технологии популяризации науки в деятельности вуза (на примере Алтайского государственного университета)

[Жеребненко А.В., Валюлина Е.В.](#) Организация специальных мероприятий для продвижения образовательных услуг

[Комиссарова Л.М., Аникин Д.В.](#) Дистанционное образование в России и за рубежом: понятие, технологии, коммуникационная деятельность

[Комиссарова Л.М., Комиссаров М.М.](#) Специфика коммуникаций в сфере оказания дистанционных образовательных услуг коммерческих организаций

[Меликян С.В.](#) Социальные медиа как интерактивный инструмент формирования имиджа публичной персоны

[Наширбанова Н.В.](#) Аудит сайта как первый этап комплекса работ по SEO оптимизации сайта (на примере официального ресурса международной конференции «Connect Universum»)

[Задкова А.В., Милюкова А.Г.](#) Аудит сайта Алтайского государственного театра для детей и молодежи им. В.С. Золотухина

[Булавина С.В.](#) Информационно-коммуникационные сопровождение театрального спектакля Воронежского театра оперы и балета

[Ликтинова О.А., Валюлина Е.В.](#) Использование PR-технологий в банковской сфере (на примере Алтайского отделения ОАО «Сбербанк России»)

[Ардыковская О.А.](#) Кодекс деловой этики как основа репутационного капитала компании (на примере ОАО «Кучуксульфат»)

Копочева В.В., Замятина О.Г. Геймификация как технология внутрикорпоративных коммуникаций (на примере деятельности барнаульского филиала ОАО «Вымпелком»)
Хмарова В.А. Краудфандинговый проект для фильма «7 минут»

РАЗДЕЛ 2: РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ

Явинская Ю.В. К вопросу об актуальности гуманитарной экспертизы рекламы

Ковалева А.В., Логиновская А.В. Современное состояние рынка наружной рекламы в г. Барнауле

Милюкова А.Г., Черных Д.С., Масибут Л.Д. Исследование аудитории транзитной рекламы в г. Барнауле

Ковалева А.В., Кальнеус А.С., Логиновская А.В. Особенности рекламы в прессе на Алтае дореволюционного периода

Логиновская А.В. Наружная реклама в дореволюционном Барнауле

Будаев Э.В. Когнитивная метафора в рекламе: сопоставление, замещение, блендинг

Сергеева Е.В. Манипулятивный прием употребления положительно окрашенной лексики в рекламе женской косметики (на материале микротекстов каталогов «Фаберлик» и «Avon»)

Литвинова Т.М., Валюлина Е.В. Использование психотехнологий в туристической рекламе (на примере печатной рекламы г. Барнаула)

Проскурин Е.Г., Упорова Е.А. Стратегии адаптации рекламных сообщений при выводе товара на зарубежные рынки

Вдовидский С.Р., Явинская Ю.В. Брендинговые коммуникации глазами молодежи

Сведения об авторах