

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Управление Пиар-службой в средствах массовой информации М2.ДВ.2

Направление подготовки: 031300.68 - Журналистика

Профиль подготовки: Политическая проблематика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Лаптев В.В.

Рецензент(ы):

проф. Тайсина Э.А., проф. Воржецов А.Г.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2015

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Лаптев В.В. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Отделение массовых коммуникаций , Valentin.Laptev@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является обучение магистров основным принципам организации и функционирования работы пиар-служб в средствах массовой информации и навыкам профессиональной деятельности в них.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.ДВ.2 Профессиональный" основной образовательной программы 031300.68 Журналистика и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 1 курсе, 2 семестр.

Дисциплина "Управление Пиар-службой в СМИ" относится к вариативной части цикла профессиональных дисциплин. Осваивается на первом курсе магистратуры (2 семестр).

Для ее изучения необходимы знания, полученные в рамках дисциплины ""Организация работы отдела по связям с общественностью". Освоение данной дисциплины необходимо для изучения таких дисциплин как: "Современные медиасистемы" "Проблемы современности и повестки дня СМИ".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	способность совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и культурный уровень, готовность к постоянному саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, способность к развитой саморефлексии, анализу своего социального и профессионального опыта
ОК-11 (общекультурные компетенции)	общенаучные компетенции: способность к полному и многоаспектному использованию знаний, полученных в процессе изучения гуманитарных, социально-экономических и естественнонаучных дисциплин, в своей профессиональной деятельности в целом и ракурсно в тех областях, которые связаны с областью углубленных научных исследований или со сферой профессионально-функциональной профилизации
ОК-12 (общекультурные компетенции)	способность использовать современные достижения в области науки, самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, расширять и углублять своё научное мировоззрение
ОК-15 (общекультурные компетенции)	способность порождать новые идеи

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-3 (общекультурные компетенции)	осознание важности гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации; готовность принять нравственные обязанности по отношению к окружающей природе, обществу, другим людям и самому себе, готовность руководствоваться ими в своей в профессиональной деятельности
ОК-16 (общекультурные компетенции)	способность осознать основные проблемы своей предметной области, ориентироваться в постановке задачи и определять способ решения проблем
ОК-19 (общекультурные компетенции)	умение пользоваться иностранными языками как средством профессионального общения для чтения литературы (общей и профессиональной), работы в сети Интернет и других компьютерных сетях и системах

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- принципы организации, задачи и функции отдела по связям с общественностью, порядок и особенности его работы в системе корпоративного менеджмента;
- нормативно-правовую базу (российскую и международную), этические нормы, регламентирующие деятельность в сфере связей с общественностью;
- существующую практику работы Пиар-служб в СМИ;
- место и роль Пиар-специалиста в реализации задач общекорпоративной стратегии организации, должностные обязанности специалистов, работающих в подразделении;
- методологию и методику исследований теоретических проблем и практических задач в сфере связи с общественностью.

2. должен уметь:

- планирования, программирования и организации рекламных, информационных кампаний;
- применения методик и техник опросов общественного мнения;
- изучения аудиторий разного типа;
- научного анализа и прогнозирования различных явлений;

3. должен владеть:

- применять методы анализа и обработки массивов данных;
- устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи с информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, Пиар-агентствами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет во 2 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Место Пиар-службы в структуре организации	2	1	2	2	0	
2.	Тема 2. Профессия в сфере связей с общественностью	2	2	2	2	0	
3.	Тема 3. Особенности Пиар-служб в органах государственной власти, коммерческих и некоммерческих организациях	2	3	2	2	0	
4.	Тема 4. Исследовательский сегмент в сфере связей с общественностью	2	4	2	2	0	
5.	Тема 5. Творческий и аналитический сегмент структуры для связей с общественностью	2	5	2	2	0	
6.	Тема 6. Производственный сегмент связей с общественностью и его задачи	2	6	2	2	0	
7.	Тема 7. Оценка эффективности работы Пиар-службы	2	7-8	4	4	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	2		0	0	0	зачет
	Итого			16	16	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Место Пиар-службы в структуре организации

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Задачи пиар-службы в области поддержки общекорпоративной стратегии и тактики, создании привлекательного имиджа и устойчивой позитивной репутации. Функциональный принцип построения пиар-службы. Виды пиар-служб. Ключевые подразделения, входящие в состав корпоративных структур по связям с общественностью: сектор связей со СМИ, пресс-центр, сектор связей с правительственными структурами, сектор связей с общественными организациями, сектор выставок и ярмарок, сектор специальных мероприятий, информационно-аналитический центр. Пиар-службы в системе менеджмента. Взаимодействие с отделами рекламы, промоушн-акций, научных исследований, кадров, службой маркетинга и службой потребителей.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 2. Профессия в сфере связей с общественностью

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Профессиограмма специалиста корпоративных связей с общественностью. Квалификационные и личностные характеристики пиар-специалиста. Особенности профессиональной подготовки сотрудников корпоративных связей с общественностью. Статус руководителя PR-отдела в высшем эшелоне корпоративного руководства. Численный состав пиар-персонала.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 3. Особенности Пиар-служб в органах государственной власти, коммерческих и некоммерческих организациях

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Статус отдела по связям с общественностью в системе государственной власти и управления. Основные организационные формы: пресс-служба, пресс-центр, информационно-аналитический отдел, сектор по связям с общественностью. Специфика деятельности пиар-отдела в промышленных, финансовых корпорациях. пиар-отдел как инструмент достижения общественного согласия и социального партнерства. Особенности деятельности пиар-отдела в некоммерческих организациях (фонды, ассоциации, благотворительные организации).

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 4. Исследовательский сегмент в сфере связей с общественностью

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Качественные и количественные методы сбора и анализа информации. Модератор и его задачи в проведении фокус-групп. Вторичные (неформальные) виды исследований в связях с общественностью. Принципы составления баз данных целевых СМИ и целевых аудиторий. Современные методики обработки статистически значимых массивов данных. Подготовка отчета и порядок его представления.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 5. Творческий и аналитический сегмент структуры для связей с общественностью

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Функции литературной группы. Редактирование информационных листов и многотиражных газет. Спичрайтинг. Особенности политического и делового спичрайтинга. Мониторинг состояний информационной среды. Сущность пресс-клиппинга. Комментирование и интерпретация корпоративной политики. Современные методики системного анализа и организация рабочего места эксперта. Роль менеджера по связям со СМИ. Формирование и ведение баз медиа-данных. Участие в профессиональных объединениях журналистов. Подготовка и рассылка пресс-релизов, организация пресс-мероприятий.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 6. Производственный сегмент связей с общественностью и его задачи

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Поддержание деловых отношений с типографиями, студиями компьютерной графики, съемочными группами и студиями звукозаписи. Разработка и обновление корпоративного сайта в Интернете. Внутрикorporативные коммуникации.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 7. Оценка эффективности работы Пиар-службы

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Выбор методики оценки эффективности. Экономическая оценка бюджетных затрат на PR. Оценка эффективности как достижение желаемых эффектов пиар-коммуникации. Оценки эффективности пиар-отдела с точки зрения произведенных информационных продуктов. Качество и количество подготовленных информационных материалов. Количество изменений, произошедших в результате получения информационных продуктов. Количество инструментальных циклов, связанных с производством и использованием информационных продуктов.

практическое занятие (4 часа(ов)):

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Место Пиар-службы в структуре организации	2	1	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
2.	Тема 2. Профессия в сфере связей с общественностью	2	2	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
3.	Тема 3. Особенности Пиар-служб в органах государственной власти, коммерческих и некоммерческих организациях	2	3	подготовка к работе с кейсами	12	анализ кейсов
4.	Тема 4. Исследовательский сегмент в сфере связей с общественностью	2	4	подготовка к работе с кейсами	12	анализ кейсов
5.	Тема 5. Творческий и аналитический сегмент структуры для связей с общественностью	2	5	подготовка к устному опросу	12	устный опрос
6.	Тема 6. Производственный сегмент связей с общественностью и его задачи	2	6	подготовка к работе с кейсами	12	анализ кейсов

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
7.	Тема 7. Оценка эффективности работы Пиар-службы	2	7-8	подготовка к контрольной работе по темам 1 - 7	12	контрольная работа предполагает развернутые ответы студента на вопросы по темам 1 -7
	Итого				76	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Освоение дисциплины "Управление Пиар-службой в СМИ" предполагает использование как традиционных (лекции, семинарские занятия с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий с использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: решение кейсов с дальнейшим обсуждением, выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств создания и ведения электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления студентов на семинарских занятиях с фото-, аудио- и видеоматериалами по предложенной тематике.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Место Пиар-службы в структуре организации

устный опрос, примерные вопросы:

Задачи пиар-службы в области поддержки общекорпоративной стратегии и тактики, создании привлекательного имиджа и устойчивой позитивной репутации. Функциональный принцип построения пиар-службы. Виды пиар-служб. Ключевые подразделения, входящие в состав корпоративных структур по связям с общественностью

Тема 2. Профессия в сфере связей с общественностью

устный опрос, примерные вопросы:

Квалификационные и личностные характеристики пиар-специалиста. Особенности профессиональной подготовки сотрудников корпоративных связей с общественностью. Статус руководителя PR-отдела в высшем эшелоне корпоративного руководства. Численный состав пиар-персонала.

Тема 3. Особенности Пиар-служб в органах государственной власти, коммерческих и некоммерческих организациях

анализ кейсов, примерные вопросы:

Анализ кейсов по теме "Особенности Пиар-служб в органах государственной власти, коммерческих и некоммерческих организациях"

Тема 4. Исследовательский сегмент в сфере связей с общественностью

анализ кейсов, примерные вопросы:

Анализ кейсов по теме "Исследовательский сегмент в сфере связей с общественностью"

Тема 5. Творческий и аналитический сегмент структуры для связей с общественностью

устный опрос, примерные вопросы:

Редактирование информационных листовок и многотиражных газет. Спичрайтинг. Особенности политического и делового спичрайтинга. Мониторинг состояний информационной среды. Сущность пресс-клиппинга. Комментирование и интерпретация корпоративной политики.

Тема 6. Производственный сегмент связей с общественностью и его задачи

анализ кейсов, примерные вопросы:

Анализ кейсов по теме "Производственный сегмент связей с общественностью и его задачи"

Тема 7. Оценка эффективности работы Пиар-службы

контрольная работа предполагает развернутые ответы студента на вопросы по темам 1 -7, примерные вопросы:

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ (СРС) включает следующие виды работ:

- изучение теоретического лекционного материала;
- проработка теоретического материала (конспекты лекций, основная и дополнительная литература);
- подготовка к семинарским занятиям и контрольным работам.

ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Виды Пиар-служб.
2. Статус корпоративных связей с общественностью в системе менеджмента компании.
3. Профессиональные требования к корпоративным PR-специалистам.
4. Качественные и количественные методы сбора и анализа информации.
5. Специфика PR-отделов в коммерческих структурах.
6. PR-отделы в органах государственной власти.
7. Структуры по связям с общественностью в некоммерческих организациях.
8. Правила составления PR-brief для агентств и консалтинговых фирм.
9. Исследования в корпоративных PR.
10. Профессиограмма специалиста корпоративных связей с общественностью.
11. Задачи PR-отделов.
12. Деятельность сектора связей со СМИ,
13. Деятельность пресс-центра,
14. Деятельность сектора связей с правительственными структурами,
15. Деятельность сектора связей с общественными организациями,
16. Деятельность сектора выставок и ярмарок,
17. Деятельность сектора специальных мероприятий,
18. Деятельность информационно-аналитического центра
19. Особенности профессиональной подготовки сотрудников корпоративных СО.
20. Статус руководителя PR-отдела в высшем эшелоне корпоративного руководства.
21. Принципы составления баз данных целевых СМИ и целевых аудиторий.
22. Аналитический сегмент.
23. Мониторинг состояний информационной и индустриальной среды.
24. Основные виды корпоративных PR-программ и PR-планов.
25. Расчет корпоративного PR-бюджета.
26. Способы оценки эффективной работы корпоративной службы связей с общественностью.
27. Отношения с правительственными структурами.
28. Функции литературной группы.
29. Разработка и обновление корпоративного сайта в Интернете.

30. Особенности политического и делового спичрайтинга.

7.1. Основная литература:

1. Бриггз Адам. Медиа. Введение [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям "Связи с общественностью" (350400) и "Реклама" (350700) / А. Бриггз; под ред. А. Бриггза, П. Кобли; пер. с англ. Ю. В. Никуличева. - 2-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 550 с. // znanium.com/catalog.php?bookinfo=391910
2. Кузнецов П. А. Политическая реклама. Теория и практика учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Связи с общественностью". - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 127 с. // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=377205>
3. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2009. - 192 с. // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=193225>

7.2. Дополнительная литература:

1. Язык СМИ и политика/ Под ред. Г.Я. Солганика. - М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2012. - 952 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9452>
2. Сравнительно-историческая риторика: Учебное пособие / А.К. Михальская. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с. // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=405395>
3. Четвертков Н.В. Современная пресс-служба. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 194 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6045>

7.3. Интернет-ресурсы:

Профессиональный научно-популярный журнал "PR-Диалог" - <http://www.pr-dialog.com>

Профессиональный портал для специалистов по связям с общественностью - <http://www.sovetnik.ru/>

Российская ассоциация по связям с общественностью - <http://www.raso.ru/>

Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR. - <http://www.advertology.ru/>

ЦПК "НикколоМ" - <http://www.nikkolom.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Управление Пиар-службой в средствах массовой информации" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

1. Лекционная аудитория с мультимедиапроектором, компьютером и настенным экраном.
2. Аудитория для практических занятий. Имеется следующее оборудование: компьютеры, подключенные к сети Интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031300.68 "Журналистика" и магистерской программе Политическая проблематика .

Автор(ы):

Лаптев В.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

проф. Тайсина Э.А., проф. Воржецов А.Г. _____

"__" _____ 201__ г.