

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



**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:

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института массовых коммуникаций и социальных наук:

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No

Казань  
2013

## 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 прикладной политологии и связей с общественностью отделение социальных наук, 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:

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. 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	1	1	0	0	0	
2.	Тема 2. Профессия в сфере связей с общественностью	1	2	0	0	0	
3.	Тема 3. Особенности Пиар-служб в органах государственной власти, коммерческих и некоммерческих организациях	1	3	0	0	0	
4.	Тема 4. Исследовательский сегмент в сфере связей с общественностью	1	4	0	0	0	
5.	Тема 5. Творческий и аналитический сегмент структуры для связей с общественностью	1	5	0	0	0	
6.	Тема 6. Производственный сегмент связей с общественностью и его задачи	1	6	0	0	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
7.	Тема 7. Оценка эффективности работы Пиар-службы	1	7-8	0	0	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	2		0	0	0	зачет
	Итого			0	0	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

**Тема 1. Место Пиар-службы в структуре организации**

**Тема 2. Профессия в сфере связей с общественностью**

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

**Тема 4. Исследовательский сегмент в сфере связей с общественностью**

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

**Тема 6. Производственный сегмент связей с общественностью и его задачи**

**Тема 7. Оценка эффективности работы Пиар-службы**

#### 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**

**Тема 2. Профессия в сфере связей с общественностью**

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

**Тема 4. Исследовательский сегмент в сфере связей с общественностью**

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

**Тема 6. Производственный сегмент связей с общественностью и его задачи**

**Тема 7. Оценка эффективности работы Пиар-службы**

**Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

## ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО КУРСУ "УПРАВЛЕНИЕ ПИАР-СЛУЖБОЙ В СМИ"

Номер занятия Содержание семинарских занятий

Семинарское занятие ♦1 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

Семинарское занятие ♦2 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 ♦1 Решение кейсов по теме Особенности Пиар-служб в органах государственной власти, коммерческих и некоммерческих организациях.

Семинарское занятие ♦3 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.

Семинарское занятие ♦4 Редактирование информационных листков и многотиражных газет. Спичрайтинг. Особенности политического и делового спичрайтинга.

Мониторинг состояний информационной среды. Сущность пресс-клиппинга.

Комментирование и интерпретация корпоративной политики.

Практическое занятие ♦2 Решение кейсов по теме Производственный сегмент связей с общественностью и его задачи

Практическое занятие ♦3 Решение кейсов по теме Оценка эффективности как достижение желаемых эффектов пиар-коммуникации.

Практическое занятие ♦4 Решение кейсов по теме Оценки эффективности пиар-отдела с точки зрения произведенных информационных продуктов.

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.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

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. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли. - 2-е изд. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. (кафедральный фонд)
2. Минаева Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика. Учебное пособие для студентов вузов. - М.: Аспект-Пресс, 2010. (кафедральный фонд)
3. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебник. 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2010. (кафедральный фонд)
4. Шарков Ф.И. Правовое регулирование коммуникационной деятельности: в рекламе, связях с общественностью, журналистике. Учебное пособие. 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2009.

### **7.2. Дополнительная литература:**

1. Володина Л., Быков И., Бровко С. PR. Современные технологии. - М.: ИВЭСЭП, 2008. (кафедральный фонд)
2. Мандель Б. PR: методы работы со средствами массовой информации. - М.: Вузовский учебник, 2009. (кафедральный фонд)
3. Маслова В., Синяева И., Синяев В. Сфера PR в маркетинге. - М.: Юнити-Дана, 2007.
4. Федотова Л.Н. Анализ содержания - социологический метод изучения средств массовой коммуникации. - М.: Научный мир, 2001. (кафедральный фонд)

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану**

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

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.