

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Медиарилейшнз»

Автор:

Старший преподаватель
Старший преподаватель
Доцент к.э.н., доцент

Богуславский Сергей Михайлович
Камоза Татьяна Михайловна
Исаев Сергей Михайлович

Код и наименование направления подготовки, профиля: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в государственном управлении»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции:

ОПК-2

Владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью

ПК-1

Способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное управление и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

План курса:

Тема 1. Медиарилейшнз и связи с общественностью

Субъекты PR. Объект PR-коммуникации. Структура PR-деятельности. Грюниг: модели PR-коммуникации. PR: функции; основные трактовки; главные направления деятельности. Сходства и отличия PR от других видов коммуникативной деятельности. Классификация СМИ по различным основаниям. Медиарилейшнз как система постоянных контактов со средствами массовой коммуникации. Объекты налаживания контактов в ходе медиарилейшнз. Управление СМИ и управление информацией: механизмы и этапы. Основные документы медиарилейшнз. Медиа-карта и её структура.

Тема 2. PR-менеджмент

Достоинства и недостатки PR. Цепочка PR-воздействия. Логика PR-процесса. Условия успешности PR-коммуникации. Система RACE (Марстон), описывающая деятельность PR: Research (исследование) – определение проблемы; Action (действие) – планирование PR-программы; Communication (общение) – реализация PR-программы; Evaluation (оценка результатов). Средства PR. Метод «третьей партии». Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации. Комплекс PR-коммуникаций PENCILS (Котлер).

Тема 3. Создание новостей и инфоповодов

Новости: понятие; роль в PR-коммуникации и медиарелейшнз; варианты тем; производство и варианты производства (Маккуэйл). Концепции новостного производства, задачи СМИ в зависимости от концепции. Способы создания новостей для организации (Кэмерон). «Основной» и «дополнительный вес» новости. Управление новостями в кризисных ситуациях (спиндокторинг). Этапы и методы управления новостями. Понятие новостного и информационного поводов. Типовые информационные поводы: характеристика и особенности их раскрытия. Критерии значимости и эффективности информационных поводов.

Тема 4. Характеристика материалов для прессы

Пресс-релиз: понятие; смысл написания и публикации; достоинства и недостатки; виды; структура; требования (общие, к заголовку, к основному тексту); правила оформления и размещения. Понятие, характеристика, достоинства и недостатки другие видов неподконтрольных организации PR-материалов, предназначенных для СМИ: информационное письмо; биографическая справка; статья; интервью; письмо в редакцию; заявление для СМИ; факт-лист и др. Медиа-кит как набор материалов для прессы; состав медиа-кита.

Тема 5. Виды мероприятий для журналистов

Пресс-конференция как PR-мероприятие. Пресс-конференция: функции; регламент; участники с обеих сторон; время и место проведения. Этапы подготовки пресс-конференции и ее проведения; организации работы после ее окончания. Понятие и особенности брифинга. Сходство и различия между пресс-конференцией и брифингом. Особенности формата брифинга. Другие мероприятия: экскурсии для журналистов; пресс-туры; презентации; дегустации т.д.

Тема 6. Пресс-служба и сторонняя целевая аудитория: особенности взаимодействия

Информационный релиз и его основные виды. Буклет и его виды. Приглашение на мероприятие. Инициированные публичные мероприятия: семинары, конференции, «круглые столы», дни открытых дверей и т.д.; цели и задачи таких мероприятий.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

при проведении занятий лекционного типа:

занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий семинарского типа:

опросы, диспуты

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

домашние задания

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета в форме устного ответа на вопросы.

.

Основная литература:

Чумиков А.Н.	Медиарилейш нз	Аспект Пресс	201 4	http://www.iprbookshop.ru/21062.html
Назайкин А.	Медиарилейш нз на 100%. Искусство взаимосвязей с прессой.	Альпин а Паблиш ер	201 6	http://www.iprbookshop.ru/43693.html
Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойле нко С.А.	Реклама и связи с общественност ью. Профессионал ьные компетенции.	Дело	201 6	http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/51076