

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук

(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала))

Кафедра политических и общественных коммуникаций
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических и общественных
коммуникаций
Протокол от «29» мая 2019 г. № 9

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.38 «Медиарилейшнз»
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности))

«Управление социальными коммуникациями» (Liberal Arts)

(направленность (профиль))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

2019

(год набора)

Москва, 2019 г.

Автор(ы)–составитель(и):

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

Богуславский Сергей Михайлович
Камоза Татьяна Михайловна
Исаев Сергей Михайлович

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD

С. Потоликкио

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.О.38 «Медиарилейшнз» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК – 4.3	Способность находить, структурировать и представлять информацию в процессе профессиональной деятельности

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ОПК – 4.3	на уровне знаний: - о терминологическом вокабуляре соответствующих дисциплинарных полей и совокупность инструментов, релевантных современному состоянию развития соответствующих культурных индустрий; - об особенностях современного развития информационных технологий, использование которых умножает эффективность исследовательского потенциала профессиональной деятельности в области журналистики; - о сочетаемости теоретических подходов к изучению норм цифровой культуры и свидетельств и практической реализации в профессиональной сфере;
	на уровне умений: - использовать классический инструментарий выбранной профессиональной сферы, а также обнаруживать наиболее современные и актуальные технологии, релевантные избранной индустрии и профессии; - вырабатывать навыки отбора тематик и обнаружения аудиторий, релевантных для профессиональной деятельности; - применять на практике рекомендации по управлению коммуникациями и конкретными социолектами;
	на уровне навыков: - использования инструментов, актуальных при выполнении практических задач в рамках коммуникации с целевой аудиторией и авторами; использования знаний в области экономики СМИ при выстраивании взаимодействия с целевой аудиторией и авторами; - навыки различения рекламных и паблик-рилейшенз публикаций и журналистских материалов; - анализа рекламных публикаций с точки зрения экономической эффективности и соответствия юридическим нормам.
Код этапа освоения	Результаты обучения

компетенции	
ПК ОС LA-1.2	на уровне знаний: - о терминологическом вокабуляре соответствующих дисциплинарных полей и совокупность инструментов, релевантных современному состоянию развития соответствующих культурных индустрий; - об особенностях современного развития информационных технологий, использование которых умножает эффективность исследовательского потенциала профессиональной деятельности в области журналистики; - о сочетаемости теоретических подходов к изучению норм дигитальной культуры и свидетельств и практической реализации в профессиональной сфере;
	на уровне умений: - использовать классический инструментарий выбранной профессиональной сферы, а также обнаруживать наиболее современные и актуальные технологии, релевантные избранной индустрии и профессии; - вырабатывать навыки отбора тематик и обнаружения аудиторий, релевантных для профессиональной деятельности; - применять на практике рекомендации по управлению коммуникациями и конкретными социолектами;
	на уровне навыков: - использования инструментов, актуальных при выполнении практических задач в рамках коммуникации с целевой аудиторией и авторами; использования знаний в области экономики СМИ при выстраивании взаимодействия с целевой аудиторией и авторами; - навыки различения рекламных и паблик-рилейшенз публикаций и журналистских материалов; - анализа рекламных публикаций с точки зрения экономической эффективности и соответствия юридическим нормам.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 ас.ч, в том числе 28 ак.ч./21 ас.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 44 ак.ч./33 ас.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.В.О.38 «Медиаарилейшнз», 4 курс, 7 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

— дисциплина реализуется после изучения: Б1.О.18 «Основы менеджмента», Б1.О.21 «Введение в рекламу», Б1.О.22 «История рекламы и паблик рилейшнз», Б1.О.36 «Интернет-коммуникации», Б1.О.37 «Медиапланирование»

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.	Форма текущего
-------	------------------------------	---------------------------------	----------------

								контроля успеваемости*, промежуточ й аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	П	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Медиарилейшнз и связи с общественностью	10/7,5			2/1,5		6/4,5	О, Д
Тема 2	PR-менеджмент	14/10,5			8/6		4/3	О, Д
Тема 3	Создание новостей и инфоповодов	12/9			2/1,5		4/3	О, Д
Тема 4	Характеристика материалов для прессы	12/9			4/3		12/9	О, Д, ДЗ
Тема 5	Виды мероприятий для журналистов	12/9			8/6		12/9	О, ДЗ
Тема 6	Пресс-служба и сторонняя целевая аудитория: особенности взаимодействия	12/9			4/3		6/4,5	О, Д
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72/54			28/21		44/33	

Примечание:

** – разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: курсовые проекты (КП), курсовые работы (КР), контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.

*** - разработчик указывает необходимые формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз), зачет (За), зачет с оценкой (ЗаО) и др.

Содержание дисциплины

Тема 1. Медиарилейшнз и связи с общественностью

Субъекты PR. Объект PR-коммуникации. Структура PR-деятельности. Грюнинг: 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 медиарилейнз; 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.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.38 «Медиарилейнз» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

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

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Примерная тематика опросов и диспутов:

1. Отличия PR от других видов коммуникативной деятельности
2. Основные документы медиарелейшнз
3. Условия успешности PR-коммуникации
4. Характеристика третьего этапа (Communication) в формуле RACE
5. Понятие спиндокторинга
6. Критерии эффективности информационных поводов
7. Структура пресс-релиза
8. Медиа-кит: понятие и состав
9. Этапы подготовки и проведения пресс-конференции
10. Основные виды информационных релизов

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК – 4.3	Способность находить, структурировать и представлять информацию в процессе профессиональной деятельности

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
ОПК – 4.3	<ul style="list-style-type: none"> - навыками научной логики и основных операций научного мышления: анализ, сравнение, синтез, обобщение, абстрагирование и пр.; - способностью к восприятию, сравнению, обобщению, анализу и синтезу научной информации, 	Владеет современными методами сбора, обработки и анализа эмпирических и экспериментальных данных в отечественных и зарубежных источниках.

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

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

4.2.3. Типовые оценочные средства

Примерные вопросы для зачета:

1. Структура PR-деятельности. Модели PR-коммуникации (Грюниг).
2. Сходства и отличия PR от других видов коммуникативной деятельности. Классификация СМИ по различным основаниям.
3. Медиарилейшнз как система постоянных контактов со средствами массовой коммуникации. Управление СМИ и управление информацией: механизмы и этапы. Основные документы медиарилейшнз.
4. Медиа-карта и её структура.
5. Достоинства и недостатки PR. Условия успешности PR-коммуникации.
6. Система RACE (Марстон): Research (исследование) – определение проблемы; Action (действие) – планирование PR-программы; Communication (общение) – реализация PR-программы; Evaluation (оценка результатов). Метод «третьей партии». Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации. Комплекс PR-коммуникаций PENCILS (Котлер).
7. Новости: понятие; роль в PR-коммуникации и медиарилейшнз; варианты тем; производство и варианты производства (Маккуэйл). Способы создания новостей для организации (Кэмерон). Управление новостями в кризисных ситуациях (спиндокторинг). Этапы и методы управления новостями.
8. Понятие новостного и информационного поводов.
9. Типовые информационные поводы: характеристика и особенности их раскрытия.
10. Пресс-релиз: понятие; смысл написания и публикации; достоинства и недостатки; виды; структура; требования (общие, к заголовку, к основному тексту); правила оформления и размещения.
11. Медиа-кит как набор материалов для прессы; состав медиа-кита.
12. 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.
13. Информационный релиз и его основные виды. Инициированные публичные мероприятия: семинары, конференции, «круглые столы», дни открытых дверей и т.д.; цели и задачи таких мероприятий.

Шкала оценивания.

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются:

«зачет» - положительный результат,

«незачет» - неудовлетворительно, зачет не сдан.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

«Зачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 41-100%
---------	--

«Незачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 40%
-----------	--

4.3. Методические материалы

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf)

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

Дисциплина «Медиариелейшнз» изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки в соответствии с этапами формирования компетенций.

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать

	ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.
Групповая дискуссия, диспут	<p>Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на наиболее значимых аспектах.</p> <p>Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы.</p> <p>Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.</p>

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. 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 Паблিশ ер	201 6	http://www.iprbookshop.ru/43693.html

Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А.	Реклама и связи с общественностью. Профессиональные компетенции.	Дело	2016	http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/51076
--	--	------	------	---

6.2. Дополнительная литература.

Богданов В.В., Комарова И.М.	Теория и практика связей с общественностью. Медиарилейшнз	Новосибирский государственный технический университет	2011	http://www.iprbookshop.ru/45040.html
---------------------------------------	--	--	------	---

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Алашеева О.А. Взаимоотношения пресс-службы и СМИ // Средства массовой информации в современном мире. СПб., 2002.
2. Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста. Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2016.
3. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. / Учебник. — М.: Аспект Пресс, 2004.
4. Назайкин А. Медиарилейшнз на 100%. Искусство взаимодействия с прессой. М: Альпи-на Паблишер, 2012.
5. Пономарёв, Н.Ф. «Медиарилейшнз: анализ конкретных случаев: учебное пособие». Пермь, 2012
6. Рыклина М.В. Пресс-секретарь чрезвычайного ведомства. Советы начинающим: учебное пособие / МЧС России. М.: ФГБУ ВНИИ ГОЧС (ФЦ), 2014.
7. Татаринова Г.Н., «Современная пресс-служба», Учебное пособие, Омск 2007.
8. Уилкоккс Деннис Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ: Пер. с англ. 4-е изд. — М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2004.
9. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз: Учебное пособие для студентов вузов. — М.: Аспект-Пресс, 2014.
10. Шерова Л.М. Работаем со СМИ. — М.: Экспертное сообщество, 2002

6.4. Нормативные правовые документы.

Не предусматриваются

6.5. Интернет-ресурсы.

1. www.nnir.ru (Российская национальная библиотека)
2. www.nns.ru (Национальная электронная библиотека)
3. www.rsi.ru (Российская государственная библиотека)
4. <http://iprbookshop.ru/> (Электронная научная библиотека РАНХиГС)
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (Электронная библиотека)
6. <https://www.biblio-online.ru/> (Электронная библиотека издательства «Юрайт»)
7. <https://e.lanbook.com/> (Электронная библиотека издательства «Лань»)
8. www.google.ru (Поисковая система)
9. www.yandex.ru (Поисковая система)

10. <http://adindustry.ru/> (Индустрия рекламы)
11. <http://www.advlab.ru/articles/article201.htm>
12. <http://zyckova-m.narod.ru/index/0-9>
13. <http://dis.ru/library/528/25760/>

6.6. Иные источники.

1. Бурдые П. О телевидении и журналистике. Перевод с французского: Т. А. Анисимова, Ю. В. Маркова, Н. А. Шматко. — М.: Институт экспериментальной социологии, 2002.
2. Бурдые П. Социология политики: Пер. с фр. Г.А. Чередниченко/Сост., общ. ред. и пре- дисл. Н.А.Шматко./ — М.: Socio-Logos, 1993.
3. Воронина Т. П. Информационное общество: сущность, черты, проблемы. — М., 1995.
4. Интернет-СМИ. Теория и практика./ Уч. пособие. Под ред. Лукиной М.М. — М.: Аспект Пресс, 2010.
5. Кочеткова А.В. Медиапланирование. М., 2003.
6. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2003.
7. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. — М.: Издательство Московского универ- ситета, 2002.
8. Augustine Pang, «Mediating the Media: A Journalist-centric Model in Managing the Media by Corporate Communication Practitioners», PROCEEDINGS Conference on Corporate Communication 2009.
9. Bland, Michael «Effective media relations: how to get results» /Michael Bland, David Wragg, and Alison Theaker. — 3rd ed.
10. Kim S., Avery E., Lariscy R.W. Are crisis communicators practicing what we preach? An evaluation of crisis response strategy analyzed in public relations research from 1991 to 2009//Public Relations Review, 2009.
11. László Z. Karvalics. Information Society — what is it exactly? (The meaning, history and conceptual framework of an expression), Budapest, March-May 2007. Lyon L., Cameron G.T. Fess up or stonewall? An experimental test of prior reputation and response style in the face of negative news coverage//Web Journal of Mass Communication Research, 1998.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специализированного оснащения для выполнения практических занятий и заданий не требуется.

Для реализации дисциплины необходимо следующее материально-техническое и программное обеспечение, включающее аудитории, программное обеспечение, технические средства:

- Аудитории со столами по количеству студентов, оборудованные экраном и проектором (допускается использование переносной/мобильной техники);
- Программное обеспечение Microsoft Word или аналог;
- MS PowerPoint или аналогичный редактор презентаций (допускается наличие в компьютерных классах при предоставлении доступа студентам по предварительному запросу).