

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

А. В. Данильченко

« 30 » _____ 2015 г.

Регистрационный № УД _____ /уч.



Отраслевой паблик рилейшиз

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:
1-23 01 07 Информация и коммуникация

2015 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-23 01 07-2013 и учебного плана УВО № Е 23-199/уч. от 30.05.2013 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

И.Л. Караичев, начальник отдела маркетинга и связей со СМИ ОО «Брестский гандбольный клуб им. А.П. Мешкова», преподаватель кафедры технологий коммуникации

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета
(протокол № 10 от 25.05.2015);

Учебно-методической комиссией Института журналистики Белорусского государственного университета
(протокол № 11 от 29.06.2015)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине «Отраслевой паблик рилейшнз» предназначена для студентов, обучающихся на первой ступени высшего образования по специальности 1-23 01 07 Информация и коммуникация.

Цель учебной дисциплины – комплексное освоение студентами базовых понятий и навыков КСО-коммуникации в спорте.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать представление студентов о специфике КСО-коммуникации;
- способствовать освоению средств и методов КСО-коммуникации с разными стейкхолдерами;
- расширить представления студентов о перспективах профессиональной самореализации в области КСО-коммуникации.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста по информации и коммуникации, связи с другими учебными дисциплинами.

Факультативная учебная дисциплина «Отраслевой паблик рилейшнз» является практико-ориентированной, поскольку позволяет научить студентов набору практических навыков и методов, соответствующих заданному контексту и современным требованиям осуществления PR в спорте и позволяющих осуществлять эффективную коммуникацию в спорте и оптимизировать ее. Также дисциплина способствует выработке у студентов комплексного представления о способах организации работы пресс-службы в спортивных клубах и на крупных международных соревнованиях.

Дисциплина основана на знаниях студентов, полученных или получаемых при изучении таких дисциплин, как «Основы информационно-коммуникационной деятельности», «Деловая коммуникация», «Маркетинг и менеджмент коммуникационной деятельности».

Требования к освоению учебной дисциплины в соответствии с образовательным стандартом.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

знать:

- особенности работы пресс-служб в спорте;
- принципы и особенности ЗК в спорте;

уметь:

- осуществлять PR-коммуникацию с разными стейкхолдерами в мире спорта;
- работать в качестве PR-обеспечения крупных мировых мероприятий;

владеть:

- навыками работы в пресс-службе
- способами организации работы с прессой.

Информация о учебной дисциплине: общее количество часов, распределение аудиторного времени, формы аттестации.

Курс	3
Семестр	5
Всего часов по дисциплине	34
Всего аудиторных часов по дисциплине	34
Лекции	22
Семинарские занятия	12
Форма текущей аттестации	зачет
Форма получения высшего образования	очная

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Роль пресс-службы и PR в спорте, организация деятельности пресс-службы в известных мировых и белорусских клубах, а также на крупных турнирах

Мировой опыт «правильной пресс-службы» спортивного клуба и ее состав. Функции и задачи пресс-службы, взаимодействие с другими подразделениями клуба. Отличительные черты организации ее работы. Необходимые профессиональные и психологические характеристики сотрудников. PR или журналистика?

Тема 2. Работа пресс-службы в клубах на постсоветском пространстве: освещение деятельности клуба, маркетинговые коммуникации в спорте и отличительные черты взаимодействия со СМИ

Функции пресс-службы по освещению деятельности клуба в области решений руководства, деятельности маркетинга, благотворительных инициатив и др. Выстраивание особенных отношений со СМИ, отдельными журналистами и блогерами, практика ограничения доступа СМИ и эффективность данных действий.

Тема 3. Работа пресс-службы в клубах на постсоветском пространстве: освещение выступления команды

Наиболее эффективное выстраивание работы пресс-секретаря команды и сотрудников (SMM, фотограф, видеооператор и др.), направленные на максимальное освещение выступления команды не в ущерб ее интересам. Мировая практика и белорусский опыт. Чем отличается начальник пресс-службы от пресс-секретаря.

Тема 4. Работа пресс-службы в клубах на постсоветском пространстве: GR, антикризисный PR и публикация для работодателей

Формирование имиджа ведущих спортивных клубов перед руководством спортивной отрасли страны и спонсорами/основателями клуба. Действия клуба, направленные на противодействие негативным ситуациям или их упреждение.

Тема 5. Работа пресс-службы в клубах на постсоветском пространстве: соцсети

Приоритеты в развитии соцсетей клуба. Принципы общения с болельщиками. Обратная связь с руководством клуба.

Тема 6. Работа пресс-службы в клубах на постсоветском пространстве
Скрытые технологии, «закулистье», работа с ограниченным бюджетом и с начальством, которое вас не понимает.

Тема 7. Организация работы с прессой на крупных мировых турнирах, включая опыт чемпионата мира по хоккею в Беларуси, КХЛ и в Лиге чемпионов УЕФА

Организация работы с прессой на крупных турнирах: работа пресс-центра, взаимодействие с журналистами, взаимодействие с Оргкомитетом и управляющими структурами. Работа на подготовительном этапе.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Роль пресс-службы и PR в спорте, организация деятельности пресс-службы в известных мировых и белорусских клубах, а также на крупных турнирах	2						Обсуждение, групповая дискуссия, опрос
2	Работа пресс-службы в клубах на постсоветском пространстве: освещение деятельности клуба, маркетинговые коммуникации в спорте и отличительные черты взаимодействия со СМИ.	2		2				Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, презентация, разбор кейсов
3	Работа пресс-службы в клубах на постсоветском пространстве: освещение выступления команды	2		2				Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, презентация, разбор кейсов
4	Работа пресс-службы в	4		2				Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, презентация,

	клубах на постсоветском пространстве: GR, антикризисный PR и публикация для работодателей						разбор кейсов
5	Работа пресс-службы в клубах на постсоветском пространстве: соцсети	4		2			Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, презентация, разбор кейсов
6	Работа пресс-службы в клубах на постсоветском пространстве	4		2			Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, презентация, разбор кейсов
7	Организация работы с прессой на крупных мировых турнирах, включая опыт чемпионата мира по хоккею в Беларуси, КХЛ и в Лиге чемпионов УЕФА.	4		2			Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, презентация, разбор кейсов
	ВСЕГО:	22		12			

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. *Кэмпбелл, Кларк*. Управление проектом на одной странице (The One-Page PProject Manager: Communicate and Manage Any PProject With a Single Sheet of Paper. *Clark Campbell*). – 160 с.
2. *Маккормак, Джозеф*. Короче. Меньше слов – больше смысла. (Brief. Make a Bigger Impact by Saying Less) Манн, Иванов и Фербер 2014 г.
3. *Моран, Брайан и Леннингтон, Майкл*. 12 недель в году. Как за 12 недель сделать больше, чем другие успевают за 12 месяцев; пер. с англ. Михаила Загоруйко. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 208 с.
4. *Ольшевский, А. С.* Антикризисный PR и консалтинг: Особенности кризиса. Адаптация. Организационные структуры и схемы / А. С. Ольшевский. – СПб., 2003.
5. *Ранай, Клотер* Культурный код. Издательство: Юнайтед Пресс, 2008 г. – 160 с.
6. *Сидорская, И. В.* Эффективная коммуникация со СМИ: принципы и технологии: пособие для студентов высш. учеб. Заведений. Минск, 2010
7. *Сьюэлл, Карл и Браун, Пол* Клиенты на всю жизнь. Пер. с англ. М. Иванова и М. Фербера. – 7-е изд.: Издательство «Манн, Иванов и Фербер»; Москва; 2010 г.

Перечень дополнительной литературы

1. *Айзексон, Уолтер* Стив Джобс. Издательство: АСТ, Corpus 2015 г. – 714 с.
2. *Батырев, Максим* 45 татуировок менеджера. Правила российского руководителя. Издательство: Манн, Иванов и Фербер 2013 г. – 304 с.
3. *Бородин, Дмитрий и Солодухина, Лариса* Создан на радость людям! Human`изм приходит в бизнес. ФИД «Деловой экспресс» 2004 г. – 128 с.
4. *Горкина, Марина и Мамонтов, Андрей, Игорь Манн*, PR на 100%. Как стать хорошим менеджером по PR. Издательство: Альпина Паблишер, 2010 г. – 248 с.
5. *Каптеров, Алексей* Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир. Издательство «Манн, Иванов и Фербер»; Москва; 2013 г. – 336 с.
6. *Скотт, Дэвид Мирман* Новые правила маркетинга и PR. Издательство: Альпина Паблишерз 2011 г. – 349 с.
7. *Томпсон, Джоди и Реслер Кали* Офис в стиле фанк. Манифест удаленной работы Издательство: Манн, Иванов и Фербер 2012 г. -272 с.
8. *Феррацци, Кейт и Рэз, Тал* Никогда не ешьте в одиночку и другие правила нетворкинга, 2-е издание. Издательство: Манн, Иванов и Фербер 2010 г.

Перечень используемых средств диагностики результатов учебной деятельности

В перечень средств диагностики результатов учебной деятельности по дисциплине «Профессиональное мастерство» входят:

- устные опросы;
- индивидуальные задания;
- оценка активности студентов во время групповых обсуждений;
- разбор кейсов;
- устный зачет.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Основы информационно-коммуникационной деятельности	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. Прот. № 10 от 25.05.2015
Деловая коммуникации	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. Прот. № 10 от 25.05.2015
Маркетинг и менеджмент коммуникационной деятельности	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. Прот. № 10 от 25.05.2015

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры технологий коммуникации (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой

канд. философ. наук, доц. _____ И.В. Сидорская_
(ученая степень, ученое звание) (подпись) (И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

канд. филол. наук, доц. _____ С.В. Дубовик
(ученая степень, ученое звание) (подпись) (И.О.Фамилия)