

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института журналистики

_____ С.В. Дубовик

08.04.2013

(дата утверждения)

Регистрационный № УД-К-094/р.

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ МАСТЕРСТВО

**Учебная программа для направления специальности
1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация
(технологии коммуникации)»**

Факультет журналистики

Кафедра технологий коммуникации

Курс (курсы) _____ 4 _____

Семестр (семестры) _____ 8 _____

Лекции _____
(количество часов)

Экзамен _____
(семестр)

Практические (семинарские)
занятия _____ 28 _____
(количество часов)

Зачет _____ 8 _____
(семестр)

КСР _____ 6 _____
(количество часов)

Всего аудиторных часов
по дисциплине _____ 34 _____
(количество часов)

Всего часов
по дисциплине _____ 58 _____
(количество часов)

Форма получения высшего
образования очная

Составил О.О. Кептюха
(И.О.Фамилия, степень, звание)

2013 г.

Учебная программа (рабочий вариант) составлена на основе учебной программы «Профессиональное мастерство» _____, регистрационный № УД-_____/баз.
(дата утверждения)

Рассмотрена и рекомендована к утверждению в качестве рабочего варианта на заседании кафедры технологий коммуникации Белорусского государственного университета

_____ Протокол №____
(дата)

Заведующий кафедрой
_____ И.В. Сидорская
(подпись)

Одобрена и рекомендована к утверждению Учебно-методической комиссией Института журналистики Белорусского государственного университета

_____ Протокол №____
(дата)

Председатель
_____ О.М. Самусевич
(подпись)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа дисциплины «Профессиональное мастерство» разработана в соответствии с Образовательным стандартом и учебным планом по направлению специальности 1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)».

Целью Раздела 5 дисциплины является ознакомление студентов с технологиями организации и деятельности PR-служб в организациях различных форм собственности.

Раздел 5 дисциплины предусматривает решение ряда *задач*:

- формирование у студентов представления о месте и роли PR-службы в организациях различных форм собственности;
- знакомство с принципами комплексного PR-обслуживания;
- получение знаний об основных инструментах коммуникации и выработка навыков по их использованию в работе PR-служб;
- изучение особенностей коммуникационной деятельности государственных организаций и представительств международных корпораций;
- исследование роли интернета и социальных медиа в публичной релейшнз.

Используемые методы и (или) технологии обучения. Чтобы студенты приобрели указанные выше знания и навыки, значительное внимание при изучении данной дисциплины следует уделить анализу реальных PR-проектов белорусских организаций. Также необходимо применять такие интерактивные технологии обучения, как мозговой штурм, case-study, тематическая дискуссия, дебаты, работа в малых группах, выступление с презентацией и др.

Требования к организации самостоятельной работы. Самостоятельная работа студентов является основным способом охвата учебного материала по дисциплине «Профессиональное мастерство» в свободное от обязательных учебных занятий время. Цель самостоятельной работы студентов – содействие усвоению в полном объеме содержания учебной дисциплины через систематизацию, планирование и контроль собственной деятельности. С учетом содержания, цели и задач дисциплины целесообразно осуществлять такие виды самостоятельной работы, как самостоятельная работа, которая обеспечивает подготовку к аудиторным занятиям, и самостоятельная работа при подготовке к зачету по дисциплине.

Распределение общих и аудиторных часов. На изучение Раздела 5 дисциплины «Профессиональное мастерство» отводится 58 часов, из них 34 аудиторных. Распределение аудиторного времени по видам занятий: 28 часов – на практические занятия, 6 часов – на контроль самостоятельной работы. Форма отчетности – зачет.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№п/п	Наименование разделов, тем	Количество часов*			
		Аудиторные			Самост. работа
		Лекции	Практич., семинар.	КСР	
1.	Паблик рилейшнз для государственных организаций: понятие и специфика		8	2	8
2.	Роль паблик рилейшнз для международных компаний, действующих на территории Республики Беларусь		8	2	6
3.	Особенности комплексного PR-обслуживания для организаций различных форм собственности		12	2	10
	Всего:		28	6	24

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Паблик рилейшнз для государственных организаций: понятие и специфика

Особенности и основные модели связей с общественностью государственных организаций. Изучение и анализ позиции СМИ и общественности по вопросам работы организации. Связи со СМИ, роль эффективной коммуникации со СМИ.

Подготовка и проведение пресс-мероприятий с участием руководящего состава госорганов. Формирование пула лояльных журналистов. Поиск и создание информационных поводов.

Понятия «имидж» и «репутация». Создание и поддержание имиджа. Прогнозирование ситуации с целью предупреждения конфликтов и кризисных ситуаций. Роль интернет-приемных.

Тема 2. Роль паблик рилейшнз для международных организаций, действующих на территории Республики Беларусь

Выстраивание связей с общественностью на территории страны в соответствии с политикой организации в международных представительствах. Роль пула лояльных журналистов для организаций. Особенности проведения пресс-мероприятий с участием руководящего состава головного офиса организации.

Принципы реализации PR-кампаний. Спонсорство, партнерство и благотворительность культурных проектов. Установление взаимоотношений с органами управления и общественными организациями.

Тема 3. Особенности комплексного PR-обслуживания для организаций различных форм собственности

Понятие комплексного (абонентского) обслуживания в рамках связей с общественностью. Использование полного и ограниченного PR-инструментария. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ и целевыми аудиториями. Роль социальных медиа. Измерение эффективности.

Формирование и работа выездного пресс-офиса для государственных и частных организаций. Отчетность и планирование коммуникационной деятельности.

Влияние проводимой организацией политики на комплексное PR-обслуживание. Мониторинг деятельности конкурентов, их PR-стратегий. Влияние PR-службы на формирование репутации и имиджа руководителя организации.

Учебно-методическая карта

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Количество аудиторных часов				Материальное обеспечение занятия (наглядные, методические пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические (семинарские) занятия	лабораторные занятия	контролируемая самостоятельная работа студента			
	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	PR для государственных организаций: понятие и специфика		8		2			
1.1.	Особенности и основные модели связей с общественностью государственных организаций. Изучение и анализ позиции общественности по вопросам работы организации. Связи со СМИ, роль эффективной коммуникации со СМИ		4				[1][2][3][4][5][6][8][9][13]	Дискуссия
1.2.	Подготовка и проведение пресс-мероприятий с участием руководящего состава госорганизаций. Формирование пула лояльных журналистов. Планирование и согласование PR-мероприятий. Поиск и создание информационных поводов. Понятия «имидж» и «репутация». Создание и поддержание имиджа. Прогнозирование ситуации с целью упреждения конфликтов и кризисных ситуаций. Роль интернет-приемных		4		2		[1][2][3][4][5][6][8][11][13][15][16]	Опрос
2.	Роль PR для международных организаций на территории Республики Беларусь		8		2			
2.1.	Выстраивание коммуникаций с общественностью на территории страны в соответствии с политикой организации в международных представительствах. Роль пула лояльных журналистов для организаций. Особенности проведения пресс-мероприятий с участием руководящего состава головного офиса организации		4				[1][2][3][4][5][6][8][13][15]	
2.2.	Принципы реализации PR-кампаний. Спонсорство, партнерство и благотворительность культурных проектов. Установление взаимоотношений с органами управления и общественными организациями.		4		2		[1][2][3][4][5][6][8][13][15]	Опрос

3.	Особенности комплексного PR-обслуживания для организаций различных форм собственности		12		2			
3.1.	Понятие комплексного (абонентского) обслуживания в рамках связей с общественностью. Использование полного и ограниченного PR-инструментария. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ и целевыми аудиториями. Роль социальных медиа. Измерение эффективности		4		2		[1][3][4][5][6] [8][11][15]	Подготовка проекта
3.2.	Формирование и работа выездного пресс-офиса в государственных и частных организациях. Отчетность и планирование коммуникационной деятельности		4				[9][10][14]	Анализ кейсов, групповые обсуждения
3.3.	Влияние проводимой организацией политики на комплексное PR-обслуживание. Мониторинг деятельности конкурентов, их PR-стратегий. Влияние PR-службы на формирование репутации и имиджа руководителя организации		4				[2][4][5][6]	Дискуссия

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень рекомендуемых средств диагностики результатов учебной деятельности

В перечень средств диагностики результатов учебной деятельности по Разделу 5 дисциплины «Профессиональное мастерство» входят:

- самостоятельные работы (заполнение PR-брифа, составление сценария и тайминга пресс-мероприятия);
- индивидуальные задания и тематические доклады;
- оценка активности студентов во время анализа кейсов, групповых обсуждений;
- опрос.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. *Ворошилов, В. В.* Современная пресс-служба / В. В. Ворошилов. – СПб., 2005.
2. *Гундарин М.* Книга руководителя отдела PR / М. Гундарин. – СПб.: Питер, 2006. – 368 с.
3. *Горкина, М. Б.* PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR / М. Б. Горкина, А. А. Мамонтов, И. Б. Манн. – М.: Альпина Паблишер, 2003.
4. *Касьянов, Ю.* PR-кампания своими силами. Готовые маркетинговые решения / Ю. Касьянов. – СПб.: Питер, 2008. – 192 с.
5. Катлип, С., Паблик рилейшенз. Теория и практика. / С. Катлип, М. Сентер, Х. Аллен, М. Глен. – М.: Вильямс, 2003. – 616 с.
6. *Кочеткова, А. В.* Теория и практика связей с общественностью / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов, А. С. Тарасов. – СПб., 2006.
7. *Сидорская, И. В.* Эффективная коммуникация со СМИ: принципы и технологии / И. В. Сидорская. – Минск, 2010.
8. *Фрэнк, Д.* Паблик Рилейшенз / Джефкинс Фрэнк, Дэниэл Ядин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 416 с.
9. *Чумиков, А. Н.* Связи с общественностью / А. Н. Чумиков. – М., 2001.

Дополнительная:

10. *Витык, М.* Что такое пресс-служба и нужна ли она вам? Чем отличается работа пресс-службы в госучреждении и в коммерческой фирме? /М. Витык. Режим доступа: <http://pr-info.ru/stpressslujb30102007.htm>, свободный.
11. *Гуров, Ф.* Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в сети / Филипп Гуров. – М.: Вершина, 2009.
12. *Пасмуров, А. Я.* Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку / А. Я. Пасмуров. – СПб.: Питер, 2006.

13. Ситников, А. П. Самые успешные PR-кампании в мировой практике / А. П. Ситников, И. В. Крылов. – М.: ИМИДЖ-Контакт, ИНФРА-М, 2002.
14. Татарина, Г. Н. Современная пресс-служба: учеб. пособие / Г. Н. Татарина. – Омск, 2007.
15. Чумиков, А. Тендер: конкурс планов проведения PR-кампаний: [Глава из книги] / А. Чумиков, М. Бочаров // Советник. – 2002. – № 10. – С. 50-54.
16. PR государственных промышленных предприятий. Режим доступа: <http://pragent.ru/prpredp>, свободный.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Модели связей с общественностью государственных организаций.
2. Принципы планирования и реализации PR-кампаний.
3. Роль эффективной коммуникации со СМИ для государственных организаций.
4. Особенности пресс-мероприятий для государственных организаций.
5. Особенности проведения пресс-мероприятий с участием руководящего состава головных офисов организаций.
6. Антикризисный план PR-службы государственной организации.
7. Установление взаимоотношений с органами государственного управления и общественными организациями.
8. Особенности комплексного PR-обслуживания.
9. Структура и функции PR-агентства в рамках комплексного PR-обслуживания.
10. Основные направления деятельности пресс-офиса в PR-агентстве.
11. Принцип работы пресс-офиса в кризисной ситуации.
12. Планирование и отчетность в деятельности PR-службы.
13. Распределение служебных обязанностей в PR-службе.
14. PR-инструментарий при комплексном PR-обслуживании.
15. Работа с лидерами мнений в рамках PR-кампаний.
16. Измерение эффективности комплексного PR-обслуживания.
17. Понятия «имиджа» и «репутации» для государственных организаций.
18. Понятия пресс-клиппинга и мониторинга информации в работе агентства в рамках изучения эффективности пресс-мероприятий.
19. Место и роль пула лояльных журналистов.
20. Роль интернет-приемных и социальных медиа в связях с общественностью.
21. Связи с общественностью международных компаний, действующих на территории Беларуси.
22. Поиск и создание информационных поводов.
23. Принципы работы с контентом. Понятие новости.
24. Спонсорство, партнерство и благотворительность, их роль в коммуникационной деятельности.
25. Правовое регулирование деятельности PR-агентств.

**ПРОТОКОЛ
СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПО ИЗУЧАЕМОЙ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ
СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)*
Д/с «PR для организации»	Технологий коммуникации		
Д/с «Government Relations»	Технологий коммуникации		
Д/с Связи с общественностью в государственном управлении	Технологий коммуникации		

* При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ
К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЕ НА _____ / _____ УЧЕБНЫЙ ГОД**

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры технологий коммуникации (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

к. филос. н., доцент _____ И.В. Сидорская
(подпись)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института журналистики

к. фил. н., доцент _____ С.В. Дубовик
(подпись)