

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

_____ А. В. Данильченко

25.10.2013

(дата утверждения)

Регистрационный № УД-К-104/р.

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ МАСТЕРСТВО

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности**

1-23 01 07-01 Информация и коммуникация (технологии коммуникации)

Факультет _____ журналистики _____

Кафедра _____ технологий коммуникации _____

Курс (курсы) _____ 4 _____

Семестр (семестры) _____ 7 _____

Лекции _____
(количество часов)

Экзамен _____
(семестр)

Практические (семинарские)
занятия _____ 26 _____
(количество часов)

Зачет _____
(семестр)

Лабораторные
занятия _____
(количество часов)

Курсовая работа (проект) _____
(семестр)

Аудиторных часов по
учебной дисциплине _____ 26 _____
(количество часов)

Всего часов по
учебной дисциплине _____ 46 _____
(количество часов)

Форма получения
высшего образования _____ очная _____

Составил(а) _____ М.В. Роман _____
(И.О.Фамилия, ученая степень, ученое звание)

2013 г.

Учебная программа составлена на основе базовой учебной программы
«Профессиональное мастерство», регистрационный № - _____ /
(дата утверждения)

Рассмотрена и рекомендована к утверждению кафедрой технологий
коммуникации Белорусского государственного университета
_____ 29.08.2013 _____ Протокол №_1__

Зав. кафедрой
_____ И.В. Сидорская
(подпись)

Одобрена и рекомендована к утверждению Научно-методической комиссией
Института журналистики Белорусского государственного университета
_____ Протокол №_____
(дата)

Председатель
_____ О.М. Самусевич
(подпись)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа (рабочий вариант) дисциплины «Профессиональное мастерство» разработана в соответствии с учебной программой «Профессиональное мастерство» и учебным планом Белорусского государственного университета по направлению специальности 1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)».

Целью Раздела 2 дисциплины является формирование у студентов углубленного представления о технологиях организации внешних и внутренних коммуникаций в деятельности коммерческих предприятий.

Раздел 2 дисциплины предусматривает решение ряда **задач**:

- определить необходимость внутреннего и внешнего публичных отношений на предприятиях;
- сформировать представление о PR-стратегии коммерческого предприятия;
- оценить эффективность деятельности уже существующих PR-подразделений предприятия;
- определить этапы антикризисной коммуникации и основные коммуникационные риски на предприятиях;
- выявить критерии оценки эффективности PR-деятельности.

Место дисциплины в профессиональной подготовке выпускника.

Изучая данную дисциплину, студенты опираются на знания, приобретенные при изучении «Введения в специальность», «Основ информационно-коммуникационной деятельности», «Теории и методики коммуникационной деятельности», «Теории коммуникации», дисциплины специализации «PR для организаций». Совершенствование знаний, приобретенных по дисциплине «Профессиональное мастерство», предполагается в дисциплинах специализации 1-23 01 07-01 02 «Информация и коммуникация в системе общественных связей», таких как: «PR внутри организации», «Government Relations», «Эффективность PR-деятельности», «Антикризисный публичный отношения».

По окончании изучения дисциплины студенты должны **знать**:

- порядок разработки проектов должностных инструкций PR-специалистов;
- технологию анализа коммуникационных проблем;
- порядок разработки PR-стратегии;
- структуру проекта программы антикризисных коммуникаций.

Студенты должны **уметь**:

- подготовить проект должностной инструкции PR-специалиста конкретного предприятия;
- проводить анализ коммуникационных проблем конкретного предприятия;
- разрабатывать PR-стратегию (краткосрочную и долгосрочную) конкретного предприятия;
- определять коммуникационные риски и разработать программу антикризисных коммуникаций на случай внештатной ситуации, на примере конкретного предприятия.

Распределение общих и аудиторных часов. На изучение Раздела 2 дисциплины «Профессиональное мастерство» отводится 44 часа, из них 26 аудиторных. Распределение аудиторного времени по видам занятий: 20 часов – на практические занятия, 6 часов – на контроль самостоятельной работы. Форма отчетности – микрозачеты, с выставлением оценки за подготовленные студентами задания (три задания: подготовка проекта должностной инструкции в сфере PR; подготовка проекта PR-стратегии и PR-плана; подготовка проекта программы антикризисных коммуникаций), по результатам которых выставляется промежуточный зачет (без итогового).

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№п/ п	Наименование разделов, тем	Количество часов*			
		Аудиторные			Самост. работа
		Лекции	Практич. занятия	КСР	
1.	Введение: специфика PR-процессов в коммерческих организациях		2		2
2.	Функции PR-специалистов в коммерческих организациях		2	2	2
3.	PR-стратегия и PR-план от А до Я		6	2	6
4.	Определение критериев оценки при реализации запланированного PR-плана		2		2
5.	Этапы антикризисных коммуникаций в коммерческой организации		6	2	6
6.	Оценка эффективности существующей PR-деятельности		2		2
	Всего:		20	6	20

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение: специфика PR-процессов в коммерческих организациях

PR-технологии в коммерческих организациях: необходимость, направления, особенности, преимущества. Различия между направлениями PR-процессов в коммерческих организациях.

Отличительные особенности PR-технологий в коммерческих и некоммерческих структурах.

PR как отрасль в Республике Беларусь: место, перспективы развития, конкуренция со смежными направлениями деятельности в системе бизнес-процессов предприятия.

Тема 2. Функции PR-специалистов в коммерческих организациях

Порядок определения функций PR-специалистов. Разделение функций на основные и дополнительные. Правильное распределение нагрузки в зависимости от поставленных задач.

Обоснование необходимости введения в штат дополнительных сотрудников. Образование PR-отдела: распределение функций между сотрудниками PR-отдела. Определение инструментов для работы каждого сотрудника PR-отдела, закрепление зоны ответственности.

Разработка и составление должностных инструкций для: PR-специалиста; специалиста по рекламным коммуникациям; PR-менеджера; пресс-секретаря; начальника PR-отдела; начальника отдела рекламы и PR; заместителя директора по связям с общественностью.

Тема 3. PR-стратегия и PR-план от А до Я

Построение PR-стратегии. Основные этапы. Задачи PR-стратегии и PR-плана. Отличие PR-плана от PR-стратегии. Отличие PR-плана от рекламного плана. Структура PR-стратегии и PR-плана.

Особенности определения проблем в коммуникациях коммерческой организации и целевой аудитории. Формулировка выводов и рекомендаций для PR-стратегии. Выбор PR-инструментов для нивелирования информационных рисков при реализации PR-плана. Составление медиаплана: структура, особенности, форма подачи. Вопросы бюджетирования PR-плана.

Реализация PR-плана на практике: закрепление зон ответственности и распределение функционала.

Оформления собранных данных для предоставления руководству предприятия.

Презентация итоговых PR-стратегий и PR-планов.

Тема 4. Определение критериев оценки при реализации запланированного PR-плана

Способы определения эффективности реализованного PR-плана. Коммуникационный и экономический анализ проведенной работы.

Определение факта достижения заявленной цели. Определение плана дополнительных коммуникационных мероприятий в случае необходимости.

Тема 5. Этапы антикризисных коммуникаций в коммерческой организации

Определение этапов при формировании программы антикризисных коммуникаций. Определение ТОП-3 коммуникационных рисков в коммерческой организации. Классификация выявленных коммуникационных рисков на предприятии. Состав рабочей группы в случае наступления кризиса. Чек-лист контактов в случае наступления кризиса. Составление проекта коммуникационного протокола. Составление проекта информационных сообщений в СМИ. Подготовка матрицы контраргументов для разных целевых групп.

Составление программы антикризисных коммуникаций для коммерческих организаций – «Красная папка».

Тема 6. Оценка эффективности существующей PR-деятельности

Определение существующих критериев оценки PR-деятельности. Анализ необходимости каждого критерия для существующей PR-деятельности на предприятиях РБ. Вопросы влияния PR-бюджетов для сбора аналитической информации на экономику предприятий.

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.	Введение: специфика PR-процессов в коммерческих организациях (2 час.)		2					
1.1.	PR-технологии в коммерческих организациях: направления, особенности, преимущества и необходимость. Различия между направлениями PR-процессов в коммерческих организациях. Отличительные особенности PR-технологий в государственных и коммерческих структурах. PR как отрасль в РБ: место, перспективы развития, конкуренция со смежными направлениями деятельности в системе бизнес-процессов предприятия.		2				[2][7][8][12]	Обсуждение в группах
2.	Функции PR-специалистов в коммерческих организациях (4 час).		2		2			
2.1.	Порядок определения функций PR-специалистов. Разделение функций на основные и дополнительные. Правильное распределение нагрузки в зависимости от поставленных задач. Обоснование необходимости введения в штат дополнительных сотрудников. Образование PR-отдела: распределение функций между сотрудниками PR-отдела. Определение инструментов для работы каждого сотрудника PR-отдела, закрепление зоны ответственности. Круглый стол по вопросам смежных функций у PR-специалистов. Составление перечня основных и дополнительных обязанностей у практикующих специалистов. Разработка и составление должностных инструкций для: PR-специалиста; специалиста по рекламным коммуникациям; PR-менеджера; пресс-секретаря; начальника отдела PR; начальника отдела рекламы и		2				[2][3][10][17]	Круглый стол, подготовка проектов должностных инструкций различных категорий специалистов в сфере PR

	PR; заместителя директора по связям с общественностью.							
3.	PR-стратегия и PR-план от А до Я (8 час.)		6		2			
3.1.	С чего начинается построение PR-стратегии. Основные этапы при построении. Какие задачи решает PR-стратегия и PR-план. Отличие PR-плана от PR-стратегии. Отличие PR-плана от рекламного плана. Структура PR-стратегии и PR-плана. Особенности определения проблематик в коммуникациях коммерческой организации и целевой аудитории (общественности). Как писать выводы и рекомендации для PR-стратегии. Выбор PR-инструментов при нивелировании информационных рисков при реализации PR-плана. Составление медиаплана: структура, особенности, форма подачи. Вопросы бюджетирования PR-плана. Реализация PR-плана на практике: закрепление зон ответственности и распределение функционала.		2				[1][4][5] [6] [8][14][15]	Тематическая дискуссия + групповое обсуждение + выполнение кейсов
3.2.	Case-study по вопросам оформления собранных данных для предоставления руководству предприятия.		2		2		[1][4]	Групповое обсуждение + выполнение кейсов
3.3.	Презентация итоговых PR-стратегий и PR-планов студентами с последующей дискуссией по презентованным материалам.		2					Анализ кейсов
4.	Определение критериев для оценки при реализации запланированного PR-плана (2 час.)		2					
4.1.	Способы определения эффективности реализованного PR-плана. Коммуникационный и экономический анализ проведенной работы. Определение факта достижения заявленной цели. Определение плана дополнительных коммуникационных мероприятий в случае необходимости.		2				[7][9][11] [12] [16]	Групповое обсуждение + работа в малых группах
5.	Этапы антикризисных коммуникаций в коммерческой организации (8 час.)		6		2			
5.1.	Определение этапов при формировании программы антикризисных коммуникаций. Определение ТОП-3 коммуникационных риска в коммерческой организации. Классификация выявленных коммуникационных рисков на предприятии. Состав рабочей группы в случае наступления кризиса. Чек-лист контактов в случае наступления кризиса. Составление проекта		4		2		[3][7][9] [12] [16]	Групповое обсуждение + выполнение кейсов

	коммуникационного протокола. Составление проекта информационных сообщений в СМИ. Подготовка матрицы контраргументов для разных целевых групп. Составление программы антикризисных коммуникаций для коммерческих организаций - «Красная папка».							
5.2.	Презентация итоговых программ студентами с последующим брифингом.		2					Презентация итогового проекта студентами
6.	Оценка эффективности существующей деятельности по PR. (2час.)		2					
6.1.	В начале курса студенты предоставляют отчеты о прошедшей производственной практике. В результате теоретических и практических навыков, полученных по курсу «Профессиональное мастерство» проводится сравнительный анализ существующей деятельности PR-направления различных предприятий.		2				[3][7][9] [11]	Групповое обсуждение + тематическая дискуссия

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. *Алексеева, И.* PR высокого полета. Как сделать из топ-менеджера звезду / И. Алексеева, Т. Гуляева. – М., 2012.
2. *Алешина, И. В.* Паблик рилейшнз для менеджеров / И. В. Алешина. – М., 2002.
3. *Горкина, М.* PR на 100%. Как стать хорошим менеджером по PR / М. Горкина, А. Мамонтов, И. Манн. – М., 2003.
4. *Корпоративная культура: Учеб.-метод. пособие / Авт.-сост. Т. А. Лапина.* – Омск, 2005.
5. *Согомонян, В.* Пресс-секретарь президента / В. Согомонян. – М., 2009.
6. *Мороз, В.* Сценарий и организация корпоративных праздников / В. Мороз. – М., 2006.
7. *Блюм, М.* PR-технологии в коммерческой деятельности / М. Блюм, Н. Молоткова. – Тамбов, 2004.
8. *Вуйма, А.* Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только / А. Вуйма. – С.-П., 2005.

Дополнительная:

9. *Попов, А.* Блоги. Новая сфера влияния / А. Попов. – М., 2008.
10. *Гундарин, М.* Книга руководителя отдела PR / М. Гундарин. – С.-П., 2006.
11. *Малькевич, А.* Организация и проведение PR-кампаний. Краткий курс / А. Малькевич, В. Барежев. – С.-П., 2006.
12. *Катлип, С.* Паблик рилейшнз. Теория и практика / С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум. – М., 2005.
13. *Шишкин, Д.* PR-кампании: методология и технология: учебное пособие / Д. Шишкин, Д. Гавра, С. Бровко. – С.-П., 2004.
14. *Самые успешные PR-кампании в мировой практике.* – М., 2002.
15. *Борисов, Б.* Реклама и паблик рилейшнз. Алхимия власти / Б. Борисов. – Рига, 1997.
16. *Зверинцев, А.* Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга для менеджера / А. Зверинцев. – С.-П., 1997.
17. *Почепцов, Г.* Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Почепцов. – Киев, 2000.
18. *Яковлев, И.* Паблик рилейшнз в организациях / И. Яковлев. – С.-П., 1995.

Перечень заданий и контрольных мероприятий управляемой самостоятельной работы студентов

1. Круглый стол по вопросам смежных функций PR-специалистов. Составление перечня основных и дополнительных обязанностей у практикующих специалистов.
2. Case-study по вопросам оформления собранных данных для предоставления руководству предприятия.
3. Презентация итоговых PR-стратегий и PR-планов студентами с последующей дискуссией по презентованным материалам.
4. В начале курса студенты представляют отчеты о прошедшей производственной практике. В результате теоретических знаний и практических навыков, полученных по дисциплине «Профессиональное мастерство», проводится сравнительный анализ существующей деятельности PR-направления различных предприятий.

Перечень рекомендуемых средств диагностики результатов учебной деятельности

В перечень средств диагностики результатов учебной деятельности по Разделу 2 дисциплины «Профессиональное мастерство» входят:

- самостоятельные работы (подготовка проектов должностных инструкций в сфере PR);
- работа в группах по разработке и защите собственного проекта;
- оценка активности студентов во время анализа кейсов, групповых обсуждений, тематических дискуссий.

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		
Основы информационно-коммуникационной деятельности	Технологий коммуникации		
Теория и методика коммуникационной деятельности	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)