

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

А. В. Данильченко

« 16 »

2015 г.

Регистрационный № УД-16/23 /уч.



MEDIA RELATIONS

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-23 01 08 Журналистика (по направлениям);
направление специальности:
1-23 01 08-04 Журналистика (менеджмент средств массовой информации)

2015 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-23 01 08-04 и учебного плана УВО № Е 23-190/уч. от 30.05.2013 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

Е.И. Марцулевич, начальник пресс-службы медиацентра Белорусского государственного университета, старший преподаватель кафедры технологий коммуникации факультета журналистики БГУ

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета
(протокол № 2 от 22.09.2015);

Учебно-методической комиссией Института журналистики Белорусского государственного университета
(протокол № 2 от 21.10.2015)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине «Media Relations» предназначена для студентов, обучающихся на первой ступени высшего образования по специальности 1-23 01 08 Журналистика (по направлениям); направление специальности: 1-23 01 08-04 Журналистика (менеджмент средств массовой информации).

Цель учебной дисциплины – сформировать у студентов целостное, системное представление о теории и практике отношений со СМИ, а также развить навыки профессиональных компетенций будущих специалистов.

Задачи учебной дисциплины:

- дать общую характеристику понятию медиа рилейшнз и его базовым компонентам;
- ознакомить с основными принципами эффективного взаимодействия со СМИ;
- изучить методику написания основных информационных материалов, предназначенных для информирования общественности;
- обучить технологии проведения информационных мероприятий с участием журналистов.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста, связи с другими учебными дисциплинами.

Факультативная учебная дисциплина «Media Relations» является одной из базовых учебных дисциплин по формированию профессиональных навыков и деловой культуры будущих журналистов. Учебная дисциплина «Media Relations» связана с такими учебными дисциплинами, как: «Основы журналистики», «Профессиональная этика журналиста», «Стилистика», «Социология журналистики» и «Психология журналистики».

Требования к освоению учебной дисциплины в соответствии с образовательным стандартом.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

знать:

- основные организационные формы коммуникации организации со СМИ;
- ключевые понятия, функции и значение медиа рилейшнз;
- место и роль медиа рилейшнз в структуре связей с общественностью;
- ключевые инструменты и методы медиа рилейшнз;
- особенности планирования и проведения информационных мероприятий;

уметь:

- организовывать работу медиа рилейшнз в соответствии с информационной политикой организации;
- эффективно взаимодействовать с журналистами отечественных и зарубежных средств массовой информации;

- реализовывать информационные кампании медиа рилейшнз;
владеть:
- навыками выпуска пресс-релизов и медиаактивов;
- технологией организации пресс-мероприятий, оценки рынка СМИ;
- навыками информационной поддержки мероприятия.

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

	Всего часов
Курс	3
Семестр	6
Всего часов по дисциплине	34
Всего аудиторных часов по дисциплине	34
Лекции	16
Семинарские занятия	12
Аудиторная УСП	6
Форма текущей аттестации	зачет
Форма получения высшего образования	очная

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. Media Relations. Место и роль в системе PR и основные принципы деятельности

Тема 1.1 Media Relations, как одно из ключевых направлений деятельности PR

Базовые компоненты PR. Понятие PR. Организация. Общество. Коммуникация. Медиа рилейшнз, как элемент информационного управления. Медийный образ и капитал.

Типология современных СМИ. Печатные, электронные, Интернет-СМИ, информационные агентства. Классификация СМИ: по массовости; аудиторной направленности; распространению и форме собственности. Концепция двухступенчатого потока информации (П. Лазарсфельд).

Тема 1.2 Технологии Media Relations по управлению информацией
Стратегические задачи медиа рилейшнз. Каналы распространения информации. Контроль информационных потоков и сообщений организации. Соотношение позитивной и негативной информации. Направления управления информацией. Формирование собственного информационного потока. Сегментирование информационного потока и манипулирование информацией. Информационное партнерство. Отличие в тактике специалиста медиа рилейшнз и журналиста. Информированность об организации и ответственность перед издателем.

Тема 1.3 Функции Media Relations

Позитивный поток информации о деятельности организации. Формальные и неформальные принципы работы со СМИ. Формирование «журналистского пула». Информационный крючок. Практика обзятий.

Категориальный аппарат MR. Понятие новости. Классификация новостей. Приемы создания и усиления новости. «Дополнительный вес» новости.

Медиа рилейшнз в условиях кризиса и экстремальных ситуаций
Понятие кризиса и его основные характеристики. Типы кризисных ситуаций. Планирование деятельности в условиях кризисной ситуацией. Основные принципы деятельности медиаструктур в условиях конфликта и чрезвычайных ситуаций. Пресс-представитель в условиях кризисной ситуации. Инструктаж пресс-представителя. Подготовка заявления для общественности. Особенности взаимодействия со средствами массовой информации в условиях кризиса.

Раздел 2. Организация и управление медиа рилейшнз

Тема 2.1 Основные организационные формы отношений организации со СМИ. Пресс-службы, пресс-центры и другие медиаструктуры в системе PR-деятельности организации. Пресс-служба как ключевой ресурс информационного взаимодействия организации и СМИ. Двухсторонняя направленность деятельности пресс-службы. Взаимодействие пресс-службы с руководством и подразделениями организации. Степень осведомленности пресс-службы и право на формирование информационных потоков организации. Полная информированность о деятельности. Пресс-службы государственных и коммерческих организаций: сходство и различия. Стратегия и тактика в деятельности пресс-службы. Информирование, создание медиаобраза. Профессionaграмма сотрудника по связям со СМИ.

База документов, регулирующих деятельность структур по связям со СМИ. План работы. База данных СМИ. Информационный пакет об организации. Информация о руководителе организации. Архив мониторинга.

Тема 2.2 Аналитическая деятельность Media Relations

Медиакарта. Правила составления карты СМИ. Структура и содержание медиакарты. Периодичность редактирования и обновления.

Мониторинг в деятельности Media Relations. Понятие и цели мониторинга. Основные показатели мониторинга. Форма и методы проведения анализа СМИ. Ежедневный, еженедельный, месячный мониторинг. Медиааналитика.

Медиапланирование. Долгосрочные, среднесрочные, краткосрочные планы медиаструктур.

Тема 2.3 Эффективная коммуникация со СМИ: правила и особенности взаимодействия с журналистами

Принципы работы со СМИ. Оперативность, информативность, достоверность фактов, острота проблемы, ясность изложения. Установление контакта с главным редактором, директором или перспективными журналистами. Договор об информационном обслуживании. Способы достижения лояльности СМИ. Проблемные ситуации в деятельности медиаструктур. Отсутствие новостей. Служебная субординация. Бюрократизм. Неосведомленность. Несвоевременность ответов на запросы редакций. Отказ сотрудничать со СМИ. Несовпадение темы сообщения с тематикой или концепцией издания. Условия эффективной коммуникации. Профессиональные требования журналистов. Укрепление контактов с представителями масс-медиа.

Взаимоотношение организации со СМИ. Стиль общения и коммуникации сотрудника медиа рилейшнз. Формирование системы эффективной коммуникации со СМИ. Оптимальная модель взаимодействия со СМИ. Методы нейтрализации негативного сотрудничества со СМИ.

Претензии к СМИ. Искажение информации при публикации. Непрофессионализм и некомпетентность представителей СМИ. Фактические

ошибки, отказ сотрудничать СМИ с организацией без оплаты публикаций. Решение кризисных ситуаций, возникших в работе со СМИ.

Раздел 3. Методы работы медиаструктур

Тема 3.1 PR-тексты: характеристика и особенности написания

Оперативно-информационные материалы для СМИ. Общие правила составления PR-текстов. Пресс-релиз. Правила написания пресс-релизов. Простота. Ритмичность. Фог-индекс. Длина абзацев. Убедительность текста. Естественность стиля. Форма «перевернутой пирамиды». Оформление пресс-релизов. Ошибки при написании пресс-релизов.

Рассылка пресс-релизов. Технические средства рассылки пресс-релиза. Правила рассылки пресс-релизов. Пресс-релиз и Интернет.

Раздел 4. Организация пресс-конференций и других информационных мероприятий с участием СМИ

Тема 4.1 Технология проведения пресс-конференции

Организация и проведение пресс-конференции. Планирование пресс-конференции: назначение и определение тематики. Подготовительный этап пресс-конференции. Принципы выбора времени, даты и места проведения пресс-конференции. Подготовка участников пресс-конференции. Составление пресс-релиза, формирование информационного пакета и рассылка приглашений. Подготовка зала к пресс-конференции: техническое оснащение. Встреча, регистрация и сопровождение журналистов. Роль ведущего пресс-конференции. Мониторинг СМИ по итогам мероприятия.

Брифинги как одна из организационных форм трансляции информации. Специфика проведения брифинга.

Специальные мероприятия для прессы, направленные на формирование лояльного пула журналистов. Пресс-тур, клубный вечер, спортивные конкурсы.

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	Media Relations. Место и роль в системе PR и основные принципы деятельности							
1.1	Media Relations, как одно из ключевых направлений деятельности PR	2		2				Обсуждение, тестовый контроль, групповая дискуссия, фронтальный опрос
1.2	Технологии Media Relations по управлению информацией	2					2	Обсуждение, подготовка домашнего задания
1.3	Функции Media Relations	2		2				Обсуждение, групповая дискуссия, фронтальный опрос
2	Организация и управление медиа рилейшнз							

2.1	Основные организационные формы отношений организации со СМИ	2		2				Обсуждение, опрос, тестовый контроль, групповая дискуссия
2.2	Аналитическая деятельность Media Relations	2		2				Обсуждение, групповая дискуссия
2.3	Эффективная коммуникация со СМИ: правила и особенности взаимодействия с журналистами	2		2				Обсуждение, фронтальный опрос, тестовый контроль, групповая дискуссия
3	Методы работы медиаструктур							
3.1	PR-тексты: характеристика и особенности написания	2		2			2	Обсуждение, тестовый контроль, подготовка домашнего задания , групповая дискуссия
4	Организация пресс-конференций и других информационных мероприятий с участием СМИ							
4.1	Технология проведения пресс-конференции	2					2	Групповая дискуссия, фронтальный опрос, домашнее задание, ролевая игра
	ВСЕГО:	16		12			6	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. *Богданов В.В.* Теория и практика связей с общественностью: медиарилейшнз: Учебное пособие / В.В. Богданов, И.М. Комарова. – Новосибир. гос. техн. ун-т, 2011, – 57 с.
2. *Бурова, В.Л.* Современная пресс-служба: учеб.пособие / В.Л. Бурова – М.: Моск. гос. лингвист. ун-т, 2005. – 134 с.
3. *Воронцова, Н.Н.* Современная пресс-служба: учеб.пособие / Н.Н. Воронцова – М.: МИИТ, 2007. – 299 с.
4. *Гнетнев, А.И.* Современная пресс-служба / А.И. Гнетнев, М.С. Филь. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 414 с.
5. *Гундарин, М.В.* Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: Учеб. пособие / М. В. Гундарин. – М.: Инфра-М, 2007. – 336 с.
6. *Добосова, Л.Г.* Медиарилейшнз: как работать со СМИ: Курс лекций / Л. Добосова. – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014. – 100 с.
7. *Ильченко, С.Н.* Современная пресс-служба: учебн. пособие / С.Н. Ильченко, А.Д. Кривоносов. – СПб.: С.-Петербур. гос. ун-т, 2005. – 105 с.
8. *Коханова, Л.А.* Медиарилейшнз. Что это такое / Л.А. Коханова. – РИП-Холдинг, 2006. – 328 с.
9. *Ляйнеманн, Ральф.* Измерения медиарилейшнз: как оценить вклад PR в успех компании: Учеб. пособие / Р. Ляйнеманн, Е. Байкальцева. – Минск: Изд-во Гревцова, 2009. – 248 с.
10. *Мандель, Б.Р.* PR: методы работы со средствами массовой информации: Учеб. пособие / Б. Р. Мандель. – М.: Вузовский учебник, 2010. – 205 с.
11. *Сидорская, И.В.* Эффективная коммуникация со СМИ: принципы и технологии: пособие для студентов высш. учеб.заведений /И. В. Сидорская. – Минск: Изд-во Гревцова, 2010. – 144 с.
12. *Ушанов, П.В.* Медиа Рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations: Учеб. пособие / П.В. Ушанов. – М.: Флинта: Наука, 2012. – 80 с.
13. *Четвертков, Н.В.* Современная пресс-служба: учебн. пособие для студентов вузов / Н.В. Четвертков. – 2-е изд., переработ. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 191 с.

Перечень дополнительной литературы

14. Media relations. Пример применения инструмента [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://regionpr.ru/page175.html> (режим доступа — свободный).
15. *Брекенридж, Д.* PR 2.0: Новые медиа, новые аудитории, новые инструменты / Д. Брекенридж. – М.: Эскмо, 2010. – 272 с.
16. *Бриггз, А.* Медиа. Введение: Учебник / А. Бриггз, П. Кобли; пер. с англ. Ю. В. Никуличева. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 550 с.

17. *Быков, И.А.* Медиарилейшнз в стиле он-лайн [Электронный ресурс].
Доступно на: URL: http://bykov.socionet.ru/public/Bykov_Mediarelations.html (режим доступа — свободный).
18. *Гречихин, В.Г.* Управление социальными коммуникациями. Курс лекций / В.Г. Гречихин, П.В. Агапов. – М.: «Канон +» РООИ «Реабилитация», 2009. – 320 с.
19. Закон Республики Беларусь № 225-З от 10.05.2007 «О рекламе» [Электронный ресурс].
Доступно на: URL: <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=h10700225&p2={NRPA}> (режим доступа — свободный).
20. Закон Республики Беларусь № 262-З от 17.05.2011 «Об авторском праве и смежных правах» [Электронный ресурс].
Доступно на: URL: <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=H11100262&p2={NRPA}> (режим доступа — свободный).
21. Закон Республики Беларусь № 427-З от 17.07.2008 «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс].
Доступно на: URL: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=H10800427&p2={NRPA}> (режим доступа — свободный).
22. Закон Республики Беларусь № 455-З от 10.11.2008 «Об информации, информатизации и защите информации» [Электронный ресурс].
Доступно на: URL: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=h10800455&p2={NRPA}> (режим доступа — свободный).
23. *Зельманов, А.Б.* Связи с общественностью в социальной сфере / А. Б. Зельманов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2008. – 128 с.
24. *Иванова, К.А.* Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К.А. Иванова. – СПб.: Питер, 2005.
25. *Кривонос, А.Д.* PR-текст в системе публичных коммуникаций / А.Д. Кривонос – СПб.: «Петербургское Востоковедение». – 2002.
26. *Моисеев, В.А.* Паблик рилейшнз. Теория и практика / В.А.Моисеев. – М.: ООО «ИКФ Омега – Л», 2001. – 376 с.
27. *Назайкин А.Н.* Три цвета медиарилейшнз. [Электронный ресурс].
Доступно на: URL: <http://mediascope.ru/node/208> (режим доступа — свободный).
28. *Назайкин, А.Н.* Организация медиарилейшнз [Электронный ресурс].
Доступно на: URL: <http://mediascope.ru/node/471> (режим доступа — свободный).
29. Полезная статистика для PR-специалистов и их отношений с журналистами [Электронный ресурс].
Доступно на: URL: <http://media-media.ru/2012/10/poleznaya-statistika-dlya-pr-spetsialisto/> (режим доступа — свободный).

30. Портал для специалистов по связям с общественностью «Советник» [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.sovetnik.ru/> (режим доступа — свободный).
31. Сайт журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.press-service.ru/> (режим доступа — свободный).
32. Уилкоккс Денис, Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ / Л. Уилкоккс Денис. – 4-е изд. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2004.

Перечень используемых средств диагностики результатов учебной деятельности

В перечень средств диагностики результатов учебной деятельности по учебной дисциплине входят:

- обсуждение вопросов на семинарских занятиях,
- фронтальные опросы,
- групповая дискуссия,
- тестовый контроль,
- ролевые игры,
- подготовка домашнего задания,
- зачет.

Рекомендуемыми средствами диагностики могут выступать устные и письменные опросы, тестовые задания практической направленности

Примерный перечень заданий управляемой самостоятельной работы

Основным видом задания управляемой самостоятельной работы является выполнение домашнего задания и подготовка к ролевым играм.

Домашнее задание позволит студентам закрепить теоретические знания, определить уровень овладения материалом. Основной акцент будет сделан на практическую составляющую деятельности пресс-службы. Студентам будут предложены темы для составления письменных PR-текстов, что позволит сформировать профессиональные навыки у будущих специалистов.

Ролевые игры являются одной из составляющих практических занятий. Они предполагают постановку задач преподавателем, ответы на возникшие вопросы, распределение ролей и реализацию запланированного.

На практических занятиях студенты делятся на три группы. Цель – провести пресс-конференцию, приуроченную к празднованию 50-летия компании (любая сфера деятельности). Вначале дается краткая характеристика организации (сфера деятельности, форма собственности, структура, место на рынке, степень информированности населения о деятельности организации и т.д.), ее основные достижения за 50-летний период деятельности. В соответствии с правилами проведения пресс-конференции распределяются роли между студентами. Определяются модератор, интервьюируемые и журналисты. Студенты должны подготовить

заранее список вопросов, которые будут озвучены во время мероприятия, определить список письменных материалов пресс-кита, адресованного СМИ.

Критериями оценки являются: степень качества выполненного домашнего задания; отсутствие грамматических и стилистических ошибок в PR-текстах; соблюдение технологии написания материалов для СМИ; степень активности участия студентов в ролевых играх.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Понятие PR. Место и роль медиа рилейшнз в системе PR.
2. Типология современных СМИ и их классификация.
3. Роль медиаструктур в процессе обеспечении права журналистов на поиск и получение информации.
4. Стратегические задачи медиа рилейшнз.
5. Основные направления управления информацией.
6. Отличие в тактике специалиста медиа рилейшнз и журналиста.
7. Функции и задачи PR-специалиста в работе с каналами СМИ.
8. Формирование «журналистского пула».
9. Понятие новости. Классификация новостей.
10. Приемы создания и усиления новости.
11. Основные принципы деятельности медиаструктур в условиях конфликта и чрезвычайных ситуаций.
12. Особенности взаимодействия со средствами массовой информации в условиях кризиса.
13. Общие правила построения эффективной коммуникации со СМИ.
14. Основные организационные формы отношений организации со СМИ.
15. Пресс-служба как ключевой ресурс информационного взаимодействия организации и СМИ.
16. Понятие «PR-текст».
17. Универсальные правила написания PR-текстов.
18. Пресс-релиз как основной вид PR-текста в инструментарии медиа рилейшнз.
19. Методика рассылки пресс-релизов и других новостных материалов в редакции СМИ.
20. Специфика оформления пресс-материалов, посылаемых через Интернет.
21. Особенности организации и проведения мероприятий с участием журналистов: брифинг, пресс-конференция, пресс-тур.
22. Мониторинг материалов СМИ.
23. Виды мониторингов: мониторинг медиаполя, пресс-клиппинг, информационный дайджест, календарь событий.
24. Принципы формирования информационных пакетов. Понятие пресс-кит.
25. Организация и специфика подготовки пресс-конференции.
26. Порядок проведения пресс-конференции.
27. Специфика проведения брифинга.
28. Специальные мероприятия для прессы.

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 журналистики	Периодической печати	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. Протокол № 2 от 22.09.2015
Профессиональная этика журналиста	Периодической печати	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. Протокол № 2 от 22.09.2015
Социология журналистики	Медиалогии и веб-журналистики	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. Протокол № 2 от 22.09.2015
Психология журналистики	Медиалогии и веб-журналистики	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. Протокол № 2 от 22.09.2015
Стилистика	Стилистики и литературного редактирования	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. Протокол № 2 от 22.09.2015

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. _____
(ученая степень, ученое звание) (подпись)

И.В. Сидорская_
(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
канд. филол. наук, доц. _____
(ученая степень, ученое звание) (подпись)

С.В. Дубовик
(И.О.Фамилия)