

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Амурский государственный университет»

Утверждаю
Зав.каф. русского языка
_____ Е.А. Оглезнева
«_____» _____ 2012

Кафедра русского языка

УЧЕБНО – МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

РАБОТА ОТДЕЛА ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Основной образовательной программы по специальности 031001.65 «Филология»

Благовещенск 2012

УМКД разработан канд. филол. наук, доцентом Куроедовой Мариной Алексеевной

Рассмотрен и рекомендован на заседании кафедры

Протокол заседания кафедры от «_____» _____ 2012 г. № _____

Зав. кафедрой _____ / _____

УТВЕРЖДЕН

Протокол заседания УМСС специальности 031001.65 «Филология»

от «_____» _____ 2012 г. № _____

Председатель УМСС _____ / _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Специальность	031001.65	«Филология»
Квалификация выпускника		Филолог. Преподаватель
Курс	5	Семестр 9
Лекции		10 час.
Практические занятия	6 час.	Зачет 9 семестр
Самостоятельная работа		19 час.
Общая трудоемкость дисциплины		35 час.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины является подготовка специалиста, владеющего основополагающими знаниями в области задач, предъявляемых рынком к современным отделам по связям с общественностью и их сотрудникам.

Задачи курса: изучение работы отдела по связям с общественностью и независимых пиар – отделов, получение знаний в области теории управления персоналом, изучение закономерностей развития и специфики работы отделов по связям с общественностью в различных организациях

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Данная учебная дисциплина входит в цикл ОПД В. 6. «Дисциплина по выбору» специальности 031001.65 – «Филология». Данный курс читается в девятом семестре на пятом году обучения, он опирается на знания, полученные в рамках дисциплин «Теория и практика связей с общественностью»: ПР – текст и типология его жанров, жанровая характеристика корпуса ПР – текстов, виды рабочих документов; «Организация и проведение ПР – кампаний».

Важным элементом успешного усвоения дисциплины являются знания, полученные при изучении дисциплин «Русский язык и культура речи»: качества хорошей речи: точность, ясность, логичность, краткость, полнота; правильность речи; «Риторика»: подготовка публичных выступлений, структура публичных выступлений, средства воздействия на аудиторию – слушателя; которые позволяют встроить новый материал в уже имеющуюся систему знаний о связях с общественностью.

3. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате изучения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать: специфику работы отдела по связям с общественностью; функциональные схемы построения ПР – отдела в современных компаниях; основные теории управленческого менеджмента; психологию межличностных отношений в трудовом коллективе ПР – отдела; способы мотивационного воздействия на сотрудников ПР – отдела.

Уметь: выявлять проблемные ситуации работы отдела; составлять план работы отдела, оценивать его эффективность, осуществлять планирование основных направлений работы; выявлять новые сферы деятельности отдела, разрабатывать стратегические планы работы отдела.

Владеть: традиционными и современными технологиями пиар; навыками и методами создания пиар – текстов; навыками литературного редактирования; навыками медиапланирования; навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 35 ч., в т.ч.: 16 часов аудиторной и 19 часов самостоятельной работы.

№	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				л	п/з	с/р	
1	Функционально – организационные принципы построения отдела по связям с общественностью.	9	2	2		3	Проверка конспектов. Устный опрос Собеседование.
2	Исследовательский сегмент работы отдела по связям с общественностью.	9	4	2		3	Проверка конспектов. Устный опрос Собеседование. Деловая игра.
3	Творческий сегмент работы отдела по связям с общественностью.	9	6	2		3	Проверка конспектов. Устный опрос Терминологический диктант. Собеседование
4	Аналитический сегмент работы отдела по связям с общественностью.	9	8 - 10	2	2	4	Проверка конспектов. Устный опрос. Деловая игра.
5	Комментирование и интерпретация корпоративной политики	9	12-14	2	2	2	Проверка конспектов. Устный опрос. Собеседование.
6	Лоббирующая деятельность отделов по связям с общественностью.	9	16-18		2	4	Проверка конспектов. Устный опрос.

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Содержание разделов и тем дисциплины лекционного курса

Раздел 1.

Тема 1. Сущность деятельности службы по связям с общественностью

Роль и функции служб ПР. Условия реализации функций. Целесообразность и задачи подразделения в структуре компании. Организация отдела по связям с общественностью. Начальник отдела ПР. Специалист по созданию и распространению оперативной информации. Профессиональные обязанности и качества ПР – специалиста.

Тема 2. Планирование и программирование работы ПР – отдела

Место в разработке отдела по связям с общественностью в разработке корпоративной стратегии. Подготовка концепции работы отдела – ПР. Правила построения с Топ – менеджментом и место ПР – отдела в структуре компании.

Раздел 2.

Тема 3. Исследовательский сегмент работы отдела по связям с общественностью

Методы сбора информации. Модератор и его задачи в проведении фокус – групп. Методика проведения фокус – групп. Современные технологии статистических данных. Комбинированные исследования, количественные и качественные исследования.

Раздел 3.

Тема 4. Творческий сегмент работы ПР - отдела

Функции литературной группы. Зав. отделом по основным направлениям. Должностные обязанности редактора. Художественное редактирование. Спичрайтинг. Общие требования к составлению речей.

Раздел 4.

Тема 5. Аналитический сегмент работы ПР – отдела

Мониторинг состояний информационной среды. Подготовка и рассылка пресс – релизов. Масштаб новости. Актуальность новости. Газета. Еженедельник. Информационные агентства. Организация пресс – мероприятий. Организация рабочего места сотрудника по связям с общественностью.

Раздел 5.

Тема 6. Комментирование и интерпретация корпоративной политики

Управление кризисом. Общественная и благотворительная деятельность. Развитие отношений с органами федеральной и региональной власти.

5.2 Содержание тем практических занятий дисциплины

Тема 1. Аналитический сегмент работы ПР – отдела

Мониторинг состояний информационной среды. Подготовка и рассылка пресс – релизов. Масштаб новости. Актуальность новости. Газета. Еженедельник. Информационные агентства. Организация пресс – мероприятий. Организация рабочего места сотрудника по связям с общественностью.

Тема 2. Комментирование и интерпретация корпоративной политики

Управление кризисом. Общественная и благотворительная деятельность. Развитие отношений с органами федеральной и региональной власти.

Тема 3. Лоббирующая деятельность отдела по связям с общественностью

Требования служб связей с общественностью (артикуляция интересов). Лоббистские функции отделов – ПР. Уровни влияния служб связей с общественностью на государственную политику. Этапы лоббистского процесса: съезд партии; общенациональные выборы; вступление законов; влияние на администрацию органов власти

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	№ темы	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоемкость в часах
1	1	Разработка корпоративных стандартов (миссия, легенда, философия, имидж компании, положения компании,	3

		должностных инструкций). Подготовка к собеседованию. Работа над портфолио.	
2	2	Чтение и конспектирование специальной литературы. Подготовка к собеседованию. Подготовка сценария проведения фокус – группы.	3
3	3	Чтение и конспектирование специальной литературы. Подготовка должностных обязанностей редактора. Написание текстов для публичных выступлений и публикаций в газете.	3
4	4	Чтение и конспектирование спец. литературы. Подготовка к деловой игре. Подготовка мониторинга прессы по заданной теме.	4
5	5	Чтение и конспектирование спец. литературы. Подготовка к тесту и собеседованию. Организация и проведение благотворительной акции.	2
6	6	Чтение и конспектирование спец. литературы. Подготовка к собеседованию.	4

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Образовательные технологии реализуются в ходе выполнения таких видов учебной деятельности как: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов. При проведении занятий рекомендуется использование активных и интерактивных форм занятий (Case – study – анализ реальных проблемных ситуаций и поиск вариантов лучших решений; проблемное обучение; презентации с использованием мультимедийного оборудования) в сочетании с внеаудиторной работой. Программой предусмотрены встречи с руководителями ПР – отделов, пресс – служб.

8.ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Раздел 1.

Работа над портфолио

Структура портфолио

- сопроводительное письмо (цели, вид, сведения об авторе);
- материалы по разделам курса (конспекты источников, в т.ч. электронные ресурсы);
- письменные работы (терминологические диктанты, презентации проектов, презентации по темам практических и лекционных занятий).

Собеседование (текущий контроль)

Вопросы к собеседованию по теме: «Сущность деятельности службы по связям с общественностью»

1. Перечислите характеристики личных качеств ПР – менеджера.
2. Определите основные харизматические качества ПР – менеджера.
3. Как эффективность работы менеджера по связям с общественностью влияет на внутрифирменные взаимосвязи?

Тема 2.

Собеседование (текущий контроль)

Вопросы к собеседованию по теме «Планирование и программирование работы ПР – отдела»:

1. Задачи ПР – подразделения в структуре предприятия.
2. Организация ПР – отдела.
3. Профессиональные обязанности и качества ПР – специалиста.
4. Назовите основные требования к начальнику ПР – отдела.
5. Доктрина (теория) «человеческие отношения».
6. Планирование и программирование работы ПР – отдела.
7. Перечислите основные квалификационные требования к художнику – дизайнеру.
8. Подготовка концепции работы ПР – отдела.
9. Правила построения отношений с Топ – менеджментом и место ПР – отдела в структуре компании.
10. Назовите причины, способные привести сотрудника ПР – отдела к исключению из ряда компании.
11. Перечислите основные статьи, из которых складываются гонорары сторонних ПР – фирм.

Раздел 2.

Тема 3.

Терминологический диктант (текущий контроль)

Задание: Объясните значение терминов:

Миссия, легенда, философия, брифинг, пресс – конференция, пресс – кит, ньюслеттер, бэкграундер, визитная карточка, дедлайн, диффамация, имидж, медиапланирование, ньюс – релиз, пресс – тур, слоган, фандрайзинг, фасилитатор, кейтеринг, масс – медиа, паблисити.

Деловая игра

Задание: Подготовьте сценарий проведения фокус – группы (текущий контроль)

Собеседование (текущий контроль)

Вопросы для собеседования по теме «Исследовательский сегмент работы отдела ПР»:

1. Перечислите основные достоинства кабинетных методов исследования.
2. Назовите основные направления исследовательского сегмента.
3. Назовите типы социологического исследования, которые часто используются в ПР – деятельности.
4. Назовите типы социологического исследования, которые часто используются в избирательных кампаниях.
5. Перечислите задачи модератора в проведении фокус – группы.
6. Назовите основные современные технологии обработки статистических данных.
7. Перечислите методы сбора информации.

Раздел 3.

Тема 4.

Собеседование (текущий контроль)

Вопросы для собеседования по теме «Творческий сегмент работы ПР – отдела»:

1. Перечислите основные функции литературной группы.
2. Дайте определение термину «спичрайтинг».
3. Перечислите требования к составлению речей.

Раздел 4.

Тема 5. Собеседование (текущий контроль)

Вопросы для собеседования по теме «Аналитический сегмент работы ПР – отдела»:

1. Мониторинг состояний информационной среды.
2. Основные требования к проведению пресс – мероприятий.
3. Дайте определение понятия брифинг.

Деловая игра

Задание: подготовить информационный повод для проведения брифинга.

Подготовить сценарий мероприятия. Подготовить презентацию сценария.

Раздел 5.

Тема 6. Собеседование (текущий контроль)

Вопросы для собеседования по теме «Комментирование интерпретации корпоративной политики»:

1. Перечислите действия компании на кризис.
2. Определите этические принципы пресс – секретаря.
3. Отношения ПР – отдела с властью, СМИ.

Раздел 6.

Собеседование (текущий контроль)

Вопросы для собеседования по теме «Лоббирование деятельности отдела по связям с общественностью»:

1. К стратегическому или оперативному управлению организацией следует отнести деятельность служб связей с общественностью?
2. Назовите направления деятельности ПР – служб.
3. Каким образом можно обеспечить относительно эффективную работу ПР – отделов?
4. Перечислите основные факторы, влияющие на деятельность ПР – отделов.
5. Что такое лоббирование?
6. Каковы основные функции лоббистской деятельности ПР – отделов?
7. Какие виды деятельности ПР – отделов можно отнести к лоббированию?
8. Перечислите основные уровни влияния служб связей с общественностью на органы власти.

Портфолио по курсу (завершающий этап)

Вопросы к зачету (итоговый контроль)

1. Перечислите характеристики личных качеств ПР – менеджера.
2. Определите основные харизматические качества ПР – менеджера.
Как эффективность работы менеджера по связям с общественностью влияет на внутрифирменные взаимосвязи?
3. Задачи ПР – подразделения в структуре предприятия.
4. Организация ПР – отдела.
5. Профессиональные обязанности и качества ПР – специалиста.
6. Назовите основные требования к начальнику ПР – отдела.
7. Доктрина (теория) «человеческие отношения».
8. Планирование и программирование работы ПР – отдела.
9. Перечислите основные квалификационные требования к художнику – дизайнеру.
10. Подготовка концепции работы ПР – Отдела.
11. Правила построения отношений с Топ – менеджментом и место ПР – отдела в структуре компании.
12. Назовите причины, способные привести сотрудника ПР – отдела к исключению из ряда компании.

13. Перечислите основные статьи, из которых складываются гонорары сторонних ПР – фирм.
14. Перечислите методы сбора информации.
15. Перечислите основные достоинства кабинетных методов исследования.
16. Назовите основные направления исследовательского сегмента.
17. Назовите типы социологического исследования, которые часто используются в ПР – деятельности.
18. Назовите типы социологического исследования, которые часто используются в избирательных кампаниях.
19. Перечислите задачи модератора в проведении фокус – группы.
20. К стратегическому или оперативному управлению организацией следует отнести деятельность служб связей с общественностью?
21. Назовите направления деятельности ПР – служб.
22. Каким образом можно обеспечить относительно эффективную работу ПР – отделов?
23. Перечислите основные факторы, влияющие на деятельность ПР – отделов.
24. Что такое лоббирование?
25. Каковы основные функции лоббистской деятельности ПР – отделов?
26. Какие виды деятельности ПР – отделов можно отнести к лоббированию?
27. Перечислите основные уровни влияния служб связей с общественностью на органы власти.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Чертков Н.Н. Современная пресс – служба: учеб. пособие: рек. УМО/ А.И. Гнетнев, М.С. Филь. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 413 с.
2. Ворошилов В.В. Современная пресс – служба: учебник: рек. УМО/ В.В. Ворошилов. – М.: КноРус, 2009. – 222 с.
3. Ворошилов В.В. Современная пресс – служба: учеб.: рек. УМО/ В.В. Ворошилов.– СПб.: Изд – во Михайлова В.А., 2005. – 255 с.
4. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. - М: ФОРУМ; М.: ИНФА – М, 2007. – 335 с.

б) дополнительная литература:

1. Гнетнев А.И. Современная пресс – служба: учеб.: рек. УМО/ Н.В. Чертвертков. – 2 – е изд. Перераб. и доп.. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 191 с.
2. Кретов Б.И. Прикладная политология: учеб. пособие/ Б.И. Кретов, А.А Горбунов. – М.: Высшая шк., 2009. – 304с.
3. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика: учеб. пособие: рек. УМО вузов/ А.Н Чумиков, М.П. Бочаров. -3 – е изд., перераб. и доп.. – М.: Дело, 2006. - 552 с.
4. Кочеткова А.В. Современная пресс – служба: учеб. доп. УМО/ А.В. Кочетков, А.С. Тарасов.– М.: Эксмо, 2009. – 271 с.

Периодические издания:

Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование ресурса	Краткая характеристика
1	http://www.iqlib.ru	Интернет-библиотека образовательных изданий, в которой собраны электронные учебники, справочные и учебные пособия. Удобный поиск по ключевым словам, отдельным темам и отраслям знания
2	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека- online» www.biblioclub.ru	ЭБС по тематике охватывает всю область гуманитарных знаний и предназначена для использования в процессе обучения в высшей школе, как студентами и преподавателями, так и специалистами-гуманитариями.
3	http:// www.philology.ru	Русский филологический портал. Центральным разделом портала является библиотека.
4	http:// www.zpu-journal.ru	Сайт представляет собой электронный журнал по филологическим наукам. Здесь можно найти необходимые книги по той или иной области филологии.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Телеаппаратура и мультимедийный аппарат (все в стандартной комплектации для лекционных, практических занятий); доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки).

11. РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

При балльно – рейтинговом контроле итоговая оценка выставляется не на основании собеседования по вопросам к зачету, а складывается из полученных баллов за выполнение контрольных заданий по каждой теме учебной программы. Рейтинговая составляющая такой системы контроля предполагает введение системы штрафов и бонусов, что позволяет осуществлять мониторинг учебной деятельности более эффективно. Штрафы могут назначаться за нарушение сроков сдачи и требований к оформлению работ, бонусные баллы – за выполнение дополнительных заданий или заданий повышенного уровня сложности. Сумма набранных баллов позволяет не только определить оценку студента по учебной дисциплине, но и его рейтинг в группе среди других студентов курса.

Данная система предполагает:

- систематичность контрольных срезов на протяжении всего курса в течение семестра;
- обязательную отчетность каждого студента за освоение каждой темы в срок, предусмотренный учебным планом и графиком освоения учебной дисциплины по семестрам и месяцам;
- регулярность работы каждого студента, формирование должного уровня учебной дисциплины, ответственности и системности в работе;

- обеспечение быстрой обратной связи между студентами и преподавателем, учебной частью, что позволяет корректировать успешность учебно-познавательной деятельности каждого студента и способствовать повышению качества обучения;
- ответственность преподавателя за мониторинг учебной деятельности каждого студента на протяжении курса.

Рейтинговая оценка знаний по дисциплине складывается из следующих компонентов:

- 1) работа на практических занятиях (опрос, участие в собеседовании, дискуссии);
- 2) участие в собеседовании;
- 3) знание терминологического минимума;
- 4) подготовка конспектов по темам лекционных и практических занятий;
- 5) подготовка презентаций по темам лекционных и практических занятий;
- 6) выполнение проектов;
- 7) заполнение портфолио по курсу.

Таблица 1.1.
Соотношение видов рейтинга

№	Вид рейтинга	Весовой коэффициент, %
1.	Стартовый рейтинг	3 %
2.	Текущий рейтинг	67%
3.	Теоретический	30%

Таблица 1.2.
Соотношение видов учебной деятельности студента
в рамках текущего рейтинга

№	Вид учебной деятельности	Мах количество баллов
1.	Посещение занятий	10,0
2.	Терминологические диктанты	15
2.1.	Собеседование по теме	5,0
2.2.	Тесты по каждой теме	10
3.	Конспекты	20
4.	Другие виды работ:	40
4.1.	Опрос	
4.2.	Проекты	
4.3.	Презентации по темам	
4.4.	Портфолио по курсу	

КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ПРОГРАММНОГО МАТЕРИАЛА

План – конспект лекций теоретического курса

Лекция № 1.

Тема: Сущность деятельности службы по связям с общественностью

План:

1. Роль и функции служб пиар. Условия реализации функций.
2. Целесообразность и задачи подразделения в структуре компании.
3. Организационная структура отдела по связям с общественностью.
4. Начальник отдела ПР.
5. Специалист по созданию и распространению оперативной информации.
Профессиональные обязанности и качества ПР – специалиста

Цели, задачи:

Дать представление о роли, об организации отдела по связям с общественностью.

Ключевые вопросы:

В современных условиях отделы пиар принимают непосредственное участие в укреплении репутации организации как основного ее капитала. Кроме этого, желательно включать публик рилейшнз в механизмы гибкой адаптации организации к изменениям. ПР – специалисты должны вскрывать проблемы, помогать организации оценивать быстротечные экономические, политические, социальные и технологические процессы и приспособливаться к ним.

Функции институтов связей с общественностью:

Аккумуляция и выражение социальных интересов

Определение планов и программ

Мобилизация и социализация групп общественности в пределах системы

Контроль за ходом выполнения принятых решений.

Функции отделов связей с общественностью:

- исследовательская
- аналитическая
- идеологическая
- организационная
- контрольная.

Организационная структура ПР - служб

Административная группа (4человека):

- начальник отдела
- помощник начальника отдела
- менеджер по развитию
- менеджер по внутренним вопросам

Исследовательско – аналитическая группа (3 человека):

- менеджер по исследованиям и аналитике – руководит исследованиями и анализом
- специалист – исследователь – проводит ПР – исследования
- специалист – аналитик.

Творческая группа (3 человека):

- менеджер по креативу
- райтер
- бильдредактор

Группа обеспечения и производства (3человека):

- менеджер по координации
- менеджер по обеспечению
- менеджер по работе со СМИ

Группа специальных проектов и внутреннего ПР (8 – 10 человек):

- менеджер – консультант
- менеджер специальных проектов
- пресс – секретарь
- редактор внутреннего издания
- оператор ПК
- фотограф
- веб – мастер.

Литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

Лекция № 2

Тема: Исследовательский сегмент работы отдела по связям с общественностью

План:

1. Методы сбора информации.
2. Модератор и его задачи в проведении фокус – групп. Методика проведения фокус – групп.
3. Современные технологии статистических данных.
4. Комбинированные исследования, количественные и качественные исследования.

Цели и задачи:

Дать представление о роли модератора, о методах сбора информации, о современных технологиях статистических данных.

Ключевые вопросы:

Модератор и его задачи. Определение числа фокус – группы. Подготовка сценария (список вопросов, предлагаемых для обсуждения). Анализ данных фокус – группы. Искусство ведения дискуссии.

Методы сбора информации:

Кабинетный метод - информации (экспресс экспертиза – сбор вторичной информации, в т.ч. СМИ и обработку баз данных (см. специальные методики).

Количественные исследования – являются описательные, служат для изучения объективных, количественно измеряемых характеристик поведения людей.

Методы: наблюдение, опрос, контент – анализ, анкетирование: открытые вопросы, закрытые вопросы.

Качественные исследования – изучения причин, влияющих на различные аспекты жизни людей.

Вопросы: Кто именно? Почему?

Метод фокус – группы (интервью 8 – 12 чел.)

интервью - групповая дискуссия, глубинное интервью.

Литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.

Лекция № 3.

Тема: Творческий сегмент работы ПР - отдела

План:

1. Функции литературной группы.
2. Зав. отделом по основным направлениям.
3. Должностные обязанности редактора.
4. Спичрайтинг. Общие требования к составлению речей.

Цели, задачи:

Дать представление о функциях литературной группы, о спичрайтинге.

Ключевые вопросы:

Творческий сегмент структуры для связей с общественностью. Функции литературной группы. Участие в профессиональных объединениях журналистов. Подготовка и рассылка пресс-релизов, организация пресс-мероприятий.

Подготовка экскурсий, устройство презентаций и выставок, прием гостей, организации благотворительных акций, написание текстов, написание писем, текстов для прямой почтовой рассылки.

Функции литературной группы.

Должностные обязанности: обеспечение подготовки материалов к публикации, выезд на места освещения событий, ответственность за оперативное и всестороннее освещение в печати материалов.

Спичрайтинг – искусство написания текстов публичных выступлений (необходимость учитывать не только содержание, но и эмоциональное воздействие на аудиторию).

Общие требования к составлению речей.

Литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

Лекция № 4.

Тема: Аналитический сегмент работы ПР - отдела

План:

1. Мониторинг состояний информационной среды.
2. Подготовка и рассылка пресс – релизов.

3. Масштаб новости. Актуальность новости.
4. Газета. Еженедельник. Информационные агентства.
5. Организация пресс – мероприятий.
6. Организация рабочего места сотрудника по связям с общественностью.

Цели и задачи:

Дать представление об аналитическом сегменте работы пиар – отдела.

Ключевые вопросы:

Литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

Лекция № 5.

Тема: Комментирование и интерпретация корпоративной политики

План:

1. Управление кризисом.
2. Общественная и благотворительная и спонсорская деятельность.
3. Развитие отношений с органами федеральной и региональной власти.

Цели, задачи:

Дать представление об управлении кризисом, о благотворительной деятельности компании.

Ключевые вопросы:

Комментирование и интерпретация корпоративной политики. Роль менеджера по связям со СМИ. Подготовка и распространение основных корпоративных ПР- документов. Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями. Управление корпоративным имиджем: отношения с инвесторами, отношения с акционерами, отношения с правительственными структурами.

Корпоративное спонсорство, благотворительность и меценатство. Виды корпоративного спонсорства. Концепции «Корпоративной ответственности», «Корпоративный гражданин России».

Система подбора и найма ПР- агентств и консалтинговых фирм для реализации корпоративной стратегии. Тендерные конкурсы. Системы долгосрочного абонентского обслуживания.

Управление кризисом (предельное обострение деструктивных процессов в деятельности человека или команды, вызванные стагнацией, деградацией).

Реакция на кризис и антикризисные мероприятия

Немедленная коммуникативная реакция

Ответ на основные вопросы СМИ

Выражение сожаления.

Общая стратегия отношений с прессой.

Литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

Методические указания для преподавателя

Включение дисциплины «Работа отдела по связям с общественностью» в учебный план отвечает насущным потребностям подготовки филологов, которые получают специализацию «филологическое обеспечение связей с общественностью».

Эффективная подготовка современного специалиста в филолога разных областях связей с общественностью предполагает в качестве необходимой базы высокую профессиональную компетентность субъекта образовательного процесса, без которой невозможно или затруднено освоение образовательных маршрутов. Знание теории и практики связей организации работы пиар – отдела, пиар - служб становится все более и более мощным средством регуляции отношений компании и руководства, а также клиента.

Интенсивное развитие гуманитарного знания современной науки предполагают особое внимание к технологиям связей с общественностью. Ориентация современной науки и современных образовательных компетенций делают особенно актуальной проблему понимания, которая, в свою очередь, неразрывно связана с языком, языковой способностью человека, языковыми знаниями в области пиар. Именно знание теории и практики пиар, знание организации работы пиар - отдела дает возможность воспринимать все учебные дисциплины профессиональной направленности, реализовать творческий потенциал личности в соответствующей предметной области.

Современные образовательные программы, признающие приоритет личности обучаемого, непременно должны учитывать, что значимым оказывается соотношение знания теории и практики связей с общественностью.

Ставшее актуальным в последние годы понятие пиар связано со способностью разрабатывать пиар – тексты в соответствии с конкретными коммуникативными задачами, извлекать информацию из текстов.

В период обучения в вузе специалист - филолог в максимальной степени вовлечен в деятельность, связанную с восприятием и переработкой множества текстов разных стилей и жанров, как и в деятельность по созданию текстов. Это также требует от студентов интенсивной работы над собственными речевыми навыками, технологиями в области пиар.

В соответствии с этими исходными положениями и составлен комплекс по дисциплине. На практических занятиях предполагаются различные виды работы. Кроме подготовки мониторинга состояния информационной среды, подготовки и рассылки пресс – релизов и др. пиар – тестов, организации пресс – мероприятий, введены задания, требующие от студентов осмысления текстовых фрагментов из выступлений известных политиков, так как в организации работы пиар – отдела необходимо учитывать творческий сегмент работы менеджеров. Теоретические вопросы целесообразно рассматривать, соотнося их с конкретными практическими заданиями, представляющими собой систему в каждой изучаемой теме.

В течение всего времени изучения дисциплины текущий контроль осуществляется собеседованиями по теме. Собеседования носят обучающий характер. Основная задача – контроль формирования теоретической и практической культуры студентов в области связей с общественностью.

Рейтинговая система контроля выполнения самостоятельной работы дает возможность активизировать самостоятельную учебно-познавательную деятельность студентов.

Методические указания к семинарским, практическим занятиям

В течение семестра необходимо усвоить учебный материал, который предложен на практических занятиях, в учебных и методических пособиях.

Работу следует начинать с уточнения темы и составления плана работы, в котором намечается последовательность повторения и закрепления изученного нового материала, соотнесение теории и содержания практических упражнений, для выполнения которых требуются соответствующие теоретические знания; прогнозируется и примерное время, необходимое для каждого из этих видов работы.

Основной вид работы с книгой – *чтение*. При изучении нового материала надо стараться точно определить объем текста, с которым следует ознакомиться при подготовке конкретной темы и, исходя из целей, задач и объема имеющегося времени, выбрать один из видов чтения.

Чтение учебной и научной книги должно реализовать изучающую цель. Цель и з у ч а ю щ е г о чтения – максимально полно и точно понять содержащуюся информацию. Текст читается целиком, темп – медленный, отдельные места перечитываются.

Чтение научного текста должно сопровождаться словарной работой: непонятные и незнакомые слова, а также неизвестные термины в ходе чтения должны уточняться по словарям и записываться в тетрадь. В процессе чтения необходимо периодически останавливаться, вдумываясь в прочитанное.

Если непонятен какой-либо фрагмент, следует перечитать его еще раз и уяснить, что именно вам непонятно: слово, выражение, мысль. Важно получить ответы на все возникшие вопросы: либо найти ответ в словарях, либо в других книгах, либо обратиться к специалистам.

По окончании изучающего чтения каждого параграфа необходимо записать в тетрадь определения понятий, основные положения, примеры. *Чтение с записью прочитанного – условие серьезного и осознанного обучения.*

Рекомендуются следующие формы работы с учебной и научной книгой:

- 1) выделение наиболее важных понятий и повторное чтение их определений;
- 2) запись в тетрадь точных формулировок основных понятий;
- 3) составление конспекта параграфа одного из пособий;
- 4) заучивание определений наиболее важных понятий;
- 5) повторение определений наиболее важных понятий;
- 6) заучивание примеров, приводимых в пособиях для подтверждения наиболее важных положений данной темы.

Подготовка начинается с оформления записей, рабочих помет, дополнений, сделанных на предыдущем аудиторном занятии.

Затем изучается теоретический материал по плану практического занятия, запоминаются основные понятия и их формулировки.

Следующий этап – выполнение практических заданий. Необходимо следовать рекомендациям к каждому заданию, анализировать предлагаемые образцы, на основе которых будет выполняться задание, использовать справочники и словари при анализе языковых единиц.

Трудные темы целесообразно изучать в течение длительного времени. При этом степень трудности различных тем каждый студент определяет для себя индивидуально. Рекомендуются следующие формы работы:

- 1) продумывание заголовка темы;
- 2) первоначальное чтение материала по данной теме в других имеющихся пособиях;
- 3) составление кратких тезисов к пунктам плана практического занятия;

- 4) выполнение упражнений и заданий, представленных в плане практического занятия;
- 5) подбор собственных примеров для наиболее важных положений данной темы;
- 6) выявление связей данной темы с другими темами курса;
- 7) выявление связей данной темы с темами других курсов, изучаемых по специальности в целом, и лингвистическим дисциплинам в частности;
- 9) определение возможных путей использования знаний по данной теме в работе филолога;
- 10) объяснение данной темы другим студентам.

Рекомендованные формы подготовки к практическим занятиям применяются вариативно, исходя из особенности содержания конкретной темы, а также с учетом индивидуальных особенностей студентов.

Практикум № 1.

Тема: Аналитический сегмент работы ПР - отдела

1. Мониторинг состояний информационной среды.
2. Подготовка и рассылка пресс – релизов.
3. Масштаб новости. Актуальность новости.
4. Газета. Еженедельник. Информационные агентства.
5. Организация пресс – мероприятий.
6. Организация рабочего места сотрудника по связям с общественностью.

Список литературы:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

Практикум № 2

Тема: Комментирование и интерпретация корпоративной политики

План занятия:

1. Управление кризисом.
2. Общественная и благотворительная деятельность.
3. Развитие отношений с органами федеральной и региональной власти.

Список литературы:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

Практикум № 3.

Тема: Лоббирующая деятельность отдела по связям с общественностью

План занятия:

1. Требования служб связей с общественностью (артикуляция интересов).
2. Лоббистские функции отделов – ПР.
3. Уровни влияния служб связей с общественностью на государственную политику.
4. Этапы лоббистского процесса: съезд партии; общенациональные выборы; вступление законов; влияние на администрацию органов власти

Список литературы:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

Методические указания по самостоятельной работе студентов

Объем самостоятельной работы определен учебным планом направления подготовки 031001. 65– 19 ч.

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью учебного процесса. Она запланирована и структурирована таким образом, чтобы студент при подготовке к занятиям наиболее эффективно осваивал теоретический материал и получал системные знания по курсу.

Количество времени, запланированное на самостоятельную работу, рассчитывалось, с одной стороны, исходя из норм, отраженных в ГОС дисциплины, а с другой – с опорой на сложившуюся систему подготовки по курсу. Время указано максимальное. Если студент посещает практические занятия, то самостоятельная работа не займет много времени. В случае пропусков или неэффективной работы в аудитории самостоятельная работа займет гораздо больше времени.

При подготовке к **практическим занятиям** рекомендуется внимательно ознакомиться с планом практического занятия, ответить на заданные вопросы. Ответ должен быть полным и аргументированным. Рекомендуется прочитать и ознакомиться с изложением материала в учебнике и научной литературе, сделать для себя необходимые выписки. Встречающуюся терминологию необходимо истолковать с опорой на лингвистические словари и справочники, учебную и научную литературу. Приветствуется использование интернет - ресурсов. Необходимо указывать источник цитирования, автора. Для интернет-ресурсов – адрес (URL). При подготовке развернутого ответа рекомендуется составить план, включить туда цитаты, основные мысли, свои собственные наблюдения, оценки, интерпретацию. При работе с текстом, рекомендованным для анализа, в первую очередь, необходимо его прочитать минимум 2 – 3 раза, попытаться понять его содержание.

При работе с интернет-ресурсами обращайте внимание на источник: оригинальный авторский материал, реферативное сообщение по материалам других публикаций, студенческая учебная работа (реферат, курсовая, дипломная и др.). Оригинальные авторские материалы, как правило, публикуются на специализированных тематических сайтах или в библиотеках, у них указывается автор, его данные. Выполнены такие работы последовательно в научном или научно-популярном стиле. Это могут быть научные статьи, тезисы, учебники, монографии, диссертации, тексты лекций и под. На основе таких работ на некоторых сайтах размещаются рефераты или обзоры. Обычно они не имеют автора, редко указываются источники реферирования. Сами сайты посвящены разнообразной тематике. К таким работам стоит относиться критически, как и к сайтам, где размещаются учебные студенческие работы. Качество этих работ зачастую не выдерживает никакой критики, поэтому сначала подумайте, оцените ресурс, а уже потом им пользуйтесь. В остальном с интернет-источниками можно работать как с обычной печатной литературой. Интернет – это еще и огромная библиотека, где вы можете найти практически любой художественный текст. Кроме того, в интернете представлены программы для автоматической обработки текста, некоторые из которых – любопытные и забавные игрушки, а некоторые – вполне серьезные методики изучения текста. В интернете огромное количество словарей и энциклопедий, использование которых приветствуется.

Для подготовки самостоятельной работы необходимо использовать основную и дополнительную литературу, а также интернет источники, указанные в рабочей программе дисциплины (см. раздел: Рабочая программа п. 9. Учебно – методическое и информационное обеспечение дисциплины).

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	№ темы	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоемкость в часах
1	1	<p>Чтение и конспектирование специальной литературы:</p> <p>1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.</p> <p>2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.</p> <p>3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.</p> <p>4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.</p> <p>Разработка корпоративных стандартов (миссия, легенда, философия, имидж компании, положения компании, должностных инструкций).</p> <p>Подготовка к собеседованию.</p> <p>Работа над портфолио.</p>	3
2	2	<p>Чтение и конспектирование специальной литературы:</p> <p>1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.</p> <p>2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.</p> <p>3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.</p> <p>Подготовка к собеседованию.</p> <p>Подготовка сценария проведения фокус – группы.</p>	3
3	3	<p>Чтение и конспектирование специальной литературы:</p> <p>1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.</p> <p>2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.</p> <p>3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.</p> <p>Подготовка должностных обязанностей редактора.</p> <p>Написание текстов для публичных выступлений и публикаций в газете.</p>	3

4	4	<p>Чтение и конспектирование спец. литературы: Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с. 2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с. 3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.</p> <p>Подготовка к деловой игре. Подготовка мониторинга прессы по заданной теме.</p>	4
5	5	<p>Чтение и конспектирование спец. литературы: 1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с. 2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с. 3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.</p> <p>Подготовка к тесту и собеседованию. Организация и проведение благотворительной акции.</p>	2
6	6	<p>Чтение и конспектирование спец. литературы: 1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с. 2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с. 3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.</p> <p>Подготовка к собеседованию.</p>	4

Текущий контроль знаний

Раздел 1.

Работа над портфолио

Структура портфолио

- сопроводительное письмо (цели, вид, сведения об авторе);
- материалы по разделам курса (конспекты источников, в т.ч. электронные ресурсы);
- письменные работы (терминологические диктанты, презентации проектов, презентации по темам практических и лекционных занятий).

Собеседование

Вопросы к собеседованию

1. Перечислите характеристики личных качеств ПР – менеджера.
2. Определите основные харизматические качества ПР – менеджера.
3. Как эффективность работы менеджера по связям с общественностью влияет на внутрифирменные взаимосвязи?

Собеседование

Вопросы к собеседованию по теме «Планирование и программирование работы ПР – отдела»:

1. Задачи ПР – подразделения в структуре предприятия.
2. Организация ПР – отдела.
3. Профессиональные обязанности и качества ПР – специалиста.
4. Назовите основные требования к начальнику ПР – отдела.
5. Доктрина (теория) «человеческие отношения».
6. Планирование и программирование работы ПР – отдела.
7. Перечислите основные квалификационные требования к художнику – дизайнеру.
8. Подготовка концепции работы ПР – отдела.
9. Правила построения отношений с Топ – менеджментом и место ПР – отдела в структуре компании.
10. Назовите причины, способные привести сотрудника ПР – отдела к исключению из ряда компании.
11. Перечислите основные статьи, из которых складываются гонорары сторонних ПР – фирм.

Раздел 2.

Терминологический диктант

Задание: Объясните значение терминов:

Миссия, легенда, философия, брифинг, пресс – конференция, пресс – кит, ньюслеттер, бэкграундер, визитная карточка, дедлайн, диффамация, имидж, медиапланирование, ньюс – релиз, пресс – тур, слоган, фандрайзинг, фасилитатор, кейтеринг, масс – медиа, паблисити.

Собеседование

Вопросы для собеседования по теме «Исследовательский сегмент работы отдела ПР»:

1. Перечислите основные достоинства кабинетных методов исследования.
2. Назовите основные направления исследовательского сегмента.
3. Назовите типы социологического исследования, которые часто используются в ПР – деятельности.
4. Назовите типы социологического исследования, которые часто используются в избирательных кампаниях.

5. Перечислите задачи модератора в проведении фокус – группы.
6. Назовите основные современные технологии обработки статистических данных.
7. Перечислите методы сбора информации.

Раздел 3.

Собеседование

Вопросы для собеседования по теме «Творческий сегмент работы ПР – отдела»:

1. Перечислите основные функции литературной группы.
2. Дайте определение термину «спичрайтинг».
3. Перечислите требования к составлению речей.

Раздел 4.

Тема 5. Собеседование

Вопросы для собеседования по теме «Аналитический сегмент работы ПР – отдела»:

1. Мониторинг состояний информационной среды.
2. Основные требования к проведению пресс – мероприятий.
3. Дайте определение понятия брифинг.

Деловая игра

Задание: подготовить информационный повод для проведения брифинга.
Подготовить сценарий мероприятия. Подготовить презентацию сценария.

Раздел 5.

Собеседование

Вопросы для собеседования по теме «Комментирование интерпретации корпоративной политики»:

1. Перечислите действия компании на кризис.
2. Определите этические принципы пресс – секретаря.
3. Отношения ПР – отдела с властью, СМИ.

Раздел 6.

Собеседование

Вопросы для собеседования по теме «Лоббирование деятельности отдела по связям с общественностью»:

1. К стратегическому или оперативному управлению организацией следует отнести деятельность служб связей с общественностью?
2. Назовите направления деятельности ПР – служб.
3. Каким образом можно обеспечить относительно эффективную работу ПР – отделов?
4. Перечислите основные факторы, влияющие на деятельность ПР – отделов.
5. Что такое лоббирование?
6. Каковы основные функции лоббистской деятельности ПР – отделов?
7. Какие виды деятельности ПР – отделов можно отнести к лоббированию?
8. Перечислите основные уровни влияния служб связей с общественностью на органы власти.

Итоговый контроль

На зачете обязательно представить своё портфолио, в котором должны быть: пресс – релизы, сценарии, планы работы пиар - отдела, терминологический минимум, конспекты теоретического материала, презентации.

При подготовке к зачету рационально используйте время. Сначала ознакомьтесь с материалами курса в целом, поскольку только исходя из целого можно понять части. Читайте учебники и научную литературу. Обращайтесь к справочной литературе.

При подготовке ответа на вопросы сначала составьте план. Помните, что ваш ответ – это тоже текст, и построен он должен быть с учетом всех требований, предъявляемых к хорошему тексту. Не старайтесь всё выучить наизусть – это невозможно. Старайтесь понять суть, излагайте ее собственными словами. Иллюстрируйте теоретические положения собственными наблюдениями над текстами, можно использовать материалы практических занятий.

Вопросы к зачету (итоговый контроль)

1. Перечислите характеристики личных качеств ПР – менеджера.
2. Определите основные харизматические качества ПР – менеджера.
Как эффективность работы менеджера по связям с общественностью влияет на внутрифирменные взаимосвязи?
3. Задачи ПР – подразделения в структуре предприятия.
4. Организация ПР – отдела.
5. Профессиональные обязанности и качества ПР – специалиста.
6. Назовите основные требования к начальнику ПР – отдела.
7. Доктрина (теория) «человеческие отношения».
8. Планирование и программирование работы ПР – отдела.
9. Перечислите основные квалификационные требования к художнику – дизайнеру.
10. Подготовка концепции работы ПР – Отдела.
11. Правила построения отношений с Топ – менеджментом и место ПР – отдела в структуре компании.
12. Назовите причины, способные привести сотрудника ПР – отдела к исключению из ряда компании.
13. Перечислите основные статьи, из которых складываются гонорары сторонних ПР – фирм.
14. Перечислите методы сбора информации.
15. Перечислите основные достоинства кабинетных методов исследования.
16. Назовите основные направления исследовательского сегмента.
17. Назовите типы социологического исследования, которые часто используются в ПР – деятельности.
18. Назовите типы социологического исследования, которые часто используются в избирательных кампаниях.
19. Перечислите задачи модератора в проведении фокус – группы.
20. К стратегическому или оперативному управлению организацией следует отнести деятельность служб связей с общественностью?
21. Назовите направления деятельности ПР – служб.
22. Каким образом можно обеспечить относительно эффективную работу ПР – отделов?
23. Перечислите основные факторы, влияющие на деятельность ПР – отделов.
24. Что такое лоббирование?

25. Каковы основные функции лоббистской деятельности ПР – отделов?
26. Какие виды деятельности ПР – отделов можно отнести к лоббированию?
27. Перечислите основные уровни влияния служб связей с общественностью на органы власти.

Интерактивные технологии и инновационные методы, используемые в образовательном процессе

Раздел 2

Тема: Исследовательский сегмент работы пиар - отдела.

Деловая игра:

Задание: написать сценарий проведения фокус – группы

Раздел 4.

Тема: Творческий сегмент

Задание: подготовить мониторинг прессы по заданной теме.

Раздел 5.

Тема: Комментирование и интерпретация корпоративной политики

Задание: подготовить сценарий и презентацию благотворительной акции

Содержание

Рабочая программа.....	3
Краткое изложение программного материала	13
Методические указания для преподавателя.....	18
Методические указания к семинарским, практическим занятиям.....	19
Задания для подготовки к практическим занятиям.....	20
Методические указания по самостоятельной работе.....	22
Текущий контроль знаний.....	25
Итоговый контроль знаний.....	27
Интерактивные технологии и инновационные методы, используемые в образовательном процессе.....	29