

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе

 Н.В.Лобов

« 26 » августа 20\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Дисциплина:** Управление медиариелейшенз  
(наименование)

**Форма обучения:** очная  
(очная/очно-заочная/заочная)

**Уровень высшего образования:** бакалавриат  
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

**Общая трудоёмкость:** 144 (4)  
(часы (ЗЕ))

**Направление подготовки:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(код и наименование направления)

**Направленность:** Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)  
(наименование образовательной программы)

## 1. Общие положения

### 1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование способности учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций.

Задачи дисциплины:

формирование знаний:

особенностей политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие медиакоммуникационных систем на национальном и региональном уровнях;

системы стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.); каналы коммуникации с различными целевыми аудиториями; технику сегментирования аудиторий; методы анализа стейкхолдеров и эффективности каналов коммуникации; специфику коммуникаций с различными типами целевых аудиторий; методы анализа среды для коммуникации; принципы и технологии взаимодействия со СМИ и другими каналами коммуникации;

формирование умений:

использовать выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов;

определять и анализировать систему стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.)

формирование навыков:

разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования;

анализа среды для коммуникации и работы с постоянно меняющейся средой; формирования коммуникационной среды организации; проведения мониторинга СМИ; анализа эффективности коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними.

### 1.2. Изучаемые объекты дисциплины

Пресс-служба  
Медиапланирование  
Медиарилейшенз  
Медиаметрия

### 1.3. Входные требования

Требования к предметным результатам освоения курсов "Основы рекламных коммуникаций", "Планирование и реализация рекламных кампаний", "Копирайтинг" основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Связи с общественностью и реклама.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

| Компетенция | Индекс индикатора | Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)                                                                                                                                                                                                | Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения                                                                                                                                                                               | Средства оценки          |
|-------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| ОПК-5       | ИД-1ОПК-5         | Знает особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие медиакоммуникационных систем на национальном и региональном уровнях.                                                                                        | Знает особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие медиакоммуникационных систем на национальном и региональном уровнях.                                                                                        | Дифференцированный зачет |
| ОПК-5       | ИД-2ОПК-5         | Умеет использовать выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов. | Умеет использовать выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов. | Кейс-задача              |
| ОПК-5       | ИД-3ОПК-5         | Владеет навыками разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.                                               | Владеет навыками разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.                                               | Кейс-задача              |

| Компетенция | Индекс индикатора | Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Средства оценки          |
|-------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| ПКО-3       | ИД-1ПКО-3         | Знает системы стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.); каналы коммуникации с различными целевыми аудиториями; технику сегментирования аудиторий; методы анализа стейкхолдеров и эффективности каналов коммуникации; специфику коммуникаций с различными типами целевых аудиторий; методы анализа среды для коммуникации; принципы и технологии взаимодействия со СМИ и другими каналами коммуникации. | Знает системы стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.); каналы коммуникации с различными целевыми аудиториями; технику сегментирования аудиторий; методы анализа стейкхолдеров и эффективности каналов коммуникации; специфику коммуникаций с различными типами целевых аудиторий; методы анализа среды для коммуникации; принципы и технологии взаимодействия со СМИ и другими каналами коммуникации;                          | Дифференцированный зачет |
| ПКО-3       | ИД-2ПКО-3         | Умеет определять и анализировать систему стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Умеет определять и анализировать систему стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.);                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Кейс-задача              |
| ПКО-3       | ИД-3ПКО-3         | Владеет навыками анализа среды для коммуникации и работы с постоянно меняющейся средой; формирования коммуникационной среды организации; проведения мониторинга СМИ, анализа эффективности коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними.                                                                                                                                                                                        | Владеет навыками анализа среды для коммуникации и работы с постоянно меняющейся средой; формирования коммуникационной среды организации; проведения соцопросов, фокус-групп, мониторинга СМИ, анализа конкурентной среды, экспертных интервью, контент-анализа, SWOT-анализа, анализа оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта, обобщенных характеристик аудитории сайта; анализа эффективности коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними. | Кейс-задача              |

### 3. Объем и виды учебной работы

| Вид учебной работы                                                                         | Всего часов | Распределение по семестрам в часах |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------|
|                                                                                            |             | Номер семестра                     |
|                                                                                            |             | 8                                  |
| 1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме: | 54          | 54                                 |
| 1.1. Контактная аудиторная работа, из них:                                                 |             |                                    |
| - лекции (Л)                                                                               | 16          | 16                                 |
| - лабораторные работы (ЛР)                                                                 |             |                                    |
| - практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)        | 32          | 32                                 |
| - контроль самостоятельной работы (КСР)                                                    | 6           | 6                                  |
| - контрольная работа                                                                       |             |                                    |
| 1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)                                                | 90          | 90                                 |
| 2. Промежуточная аттестация                                                                |             |                                    |
| Экзамен                                                                                    |             |                                    |
| Дифференцированный зачет                                                                   | 9           | 9                                  |
| Зачет                                                                                      |             |                                    |
| Курсовой проект (КП)                                                                       |             |                                    |
| Курсовая работа (КР)                                                                       |             |                                    |
| Общая трудоемкость дисциплины                                                              | 144         | 144                                |

### 4. Содержание дисциплины

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием                                                                                        | Объем аудиторных занятий по видам в часах |    |    | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----|----|----------------------------------------------|
|                                                                                                                                               | Л                                         | ЛР | ПЗ | СРС                                          |
| 8-й семестр                                                                                                                                   |                                           |    |    |                                              |
| Модуль 1. Медиарилейшнз в системе связей с общественностью                                                                                    | 0                                         | 0  | 0  | 0                                            |
| Модуль 1. Медиарилейшнз в системе связей с общественностью                                                                                    |                                           |    |    |                                              |
| Тема 1. Медиарилейшнз в системе связей с общественностью.                                                                                     | 1                                         | 0  | 2  | 7                                            |
| Базовые понятия медиарилейшнз. Функции медиарилейшнз. Базовые принципы медиарилейшнз. Типология медиа. Виды масс-медиа, редакция, журналисты. |                                           |    |    |                                              |

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Объем аудиторных занятий по видам в часах |    |    | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----|----|----------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Л                                         | ЛР | ПЗ | СРС                                          |
| Тема 2. Основные организационные формы отношений организации со СМИ.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 2                                         | 0  | 2  | 7                                            |
| Пресс-службы, пресс-центры и другие медиаструктуры в системе PR-деятельности организации. Пресс-служба как самостоятельное подразделение организации. Пресс-служба как ключевой ресурс информационного взаимодействия организации и СМИ. Двухсторонняя направленность деятельности пресс-службы. Система работы со СМИ и общественностью. Структура и принципы организации современной пресс-службы. Особенности пресс-служб государственных органов, муниципалитетов, коммерческих структур, политических партий, общественных организаций. |                                           |    |    |                                              |
| Тема 3. Деловой протокол в медиарилейшнз.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 1                                         | 0  | 2  | 6                                            |
| Нормы и принципы деловой этики. Функции профессиональной этики. Формирование репутации. Гармонизация этических и коммерческих целей. Этический кодекс поведения специалистов пресс-служб и кодекс корпоративного поведения: общее и особенное.                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                           |    |    |                                              |
| Модуль 2. Менеджмент связей с общественностью                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 0                                         | 0  | 0  | 0                                            |
| Модуль 2. Менеджмент связей с общественностью                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                           |    |    |                                              |
| Тема 4. Организация работы пресс-службы и пресс-центра.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 1                                         | 0  | 2  | 7                                            |
| Должностные обязанности сотрудников и пресс-секретаря. Принципы взаимодействия с руководителем и должностными лицами организации. Основы взаимодействия с другими службами организации. Пресс-служба, маркетинг и реклама: общее и особенное. Формирование интегрированной коммуникации.                                                                                                                                                                                                                                                     |                                           |    |    |                                              |
| Тема 5. Аналитическая работа в медиарилейшнз.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 2                                         | 0  | 2  | 7                                            |
| Подготовка аналитических записок и обзоров. Организация и проведение мониторинга средств массовой информации.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                           |    |    |                                              |
| Тема 6. Планирование в медиарилейшнз.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2                                         | 0  | 4  | 7                                            |
| Основные принципы планирования. Информационный Регламент пресс-службы и организации. Информационные документы пресс-службы. Медиапланирование: основные этапы, идеология, особенности медиапланирования. Виды медиапланирования. Стратегическое, тактическое и оперативное медиапланирование. Моделирование уровня известности рекламных кампаний. Модель оптимизации минимальной эффективной частоты Россистера. Модель STAS.                                                                                                               |                                           |    |    |                                              |

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Объем аудиторных занятий по видам в часах |    |    | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----|----|----------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Л                                         | ЛР | ПЗ | СРС                                          |
| Модель CMDC. Модель NRP. Модель Джозефа Острова. Факторы формирования стратегии медиапланирования. Перевод маркетинговых задач в рекламные. Стратегии планирования: стратегия целевой аудитории. Эффективная аудитория. Тактическое медиапланирование и его этапы. Медиабаинг. Профессия медиабаер. Разработка медиаплана. Структура медиаплана. Понятие медиаплана.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                           |    |    |                                              |
| Тема 7. Медиаметрия.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 1                                         | 0  | 4  | 7                                            |
| Медиапланирование как точная наука. Исходные понятия теории медиапланирования: рейтинг и предельный охват. Вычисление медиапараметров отдельных СМИ. Охват и его частотное распределение (спектр). Эффективный охват. Число контактов. Средняя частота контактов. Рекуррентное соотношение для спектра охвата одного СМИ. Спектр охвата. Упрощенное вычисление охвата СМИ. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике. Медиастатистики, описывающие медиаплан. Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point). Целевой рейтинг (TRP, target rating point). Охват рекламной кампании (Reach / Cover %). OTS (opportunity to see) Частота рекламного сообщения (Average Frequency). Доля голоса (share of voice, SOV). Медиастатистики, описывающие аудиторию одного медиа события. Рейтинг (Rating). HUT (Households using television). Доля телесмотрения (share). Индекс соответствия (Affinity index). Стоимостные характеристики медиа CPT (cost per thousand) CPP (cost per point). Доля рекламных затрат (share of spend, SOS) Advertising to Sales (A/S) Матрица Остроу (Joseph W. Ostrow). Исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМК. Вычисление медиапараметров групп СМИ. Полный охват группы СМИ. Рекуррентное соотношение для охвата. Охват групп СМИ. Представление полного охвата как суммы охватов сочетаний СМИ. Частотное распределение (спектр) полного охвата. Эффективный мультимедийный охват. Моделирование синергетических эффектов. Число контактов. Средняя частота контактов. Обобщенные формулы охвата и его частотного распределения. Вычисление эффективного охвата с помощью функций эффективности. Доля голоса. Принцип вычисления. Доли голоса двух фирм. Доли голоса трех и более фирм. S-индексы СМИ. Социальная стратификация в средствах массовой |                                           |    |    |                                              |

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Объем аудиторных занятий по видам в часах |    |    | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----|----|----------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Л                                         | ЛР | ПЗ | СРС                                          |
| коммуникации. Целевые медиапоказатели. Психографическая сегментация. Социальная и психиографическая стратификация в рекламоносителях. Исследования аудитории средств рекламы; изучение поведения потребителей; мониторинг рекламной информации. Факторы, определяющие состав и границы аудитории. Методы изучения аудитории. Особенности изучения теле- и радиоаудитории. Технические и «вербальные» способы получения информации о потреблении аудиторией разных теле- и радиопередач. Основные единицы измерения телеаудитории (телеметры). Аудиометры: плюсы и минусы качества полученной информации. Прикладные профессиональные программы в медиапланировании. Классификация баз данных компании TNS Gallup Media, их назначение и характеристика: Marketing Index, TV Index, National Readership Survey, Radio Index, Gallup Net, RISC. Характеристика программного обеспечения Galileo, его разновидности, состав ПО, функции сервисных кнопок: ПО TV Planet, ПО PaloMars, ПО AdEx, ПО Super Nova. Общий алгоритм работы с ПО Galileo: выбор базы данных, выбор отчета, установка условий формирования отчета, настройка «осей» отчета, расчет. |                                           |    |    |                                              |
| Тема 8. Экономические основы медиапланирования.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 1                                         | 0  | 2  | 7                                            |
| Ценообразование, тарифы и скидки на размещение рекламных материалов. Понятие медиабайинга и медиаселлинга. Подходы к ценообразованию телевизионного и радиоэфира: продажа по минутным прайс-листам; продажа по рейтингам, продажа по специальным рекламным блокам. Расчет прогнозного рейтинга телеканала. Системы наценок и скидок. Ценообразование на особые формы рекламы. Особенности ценообразования в прессе. Ценовые параметры медиапланирования, понятие сравнительной стоимости. Выбор информационного канала на основе сравнения тарифов с учетом рекламного бюджета. Расчет бюджета медиапланирования: основные модели. Проблема приобретения места для размещения рекламы. Использование показателя Impressions. Расчет стоимости воздействия на тысячу человек. Стоимость пункта рейтинга. Индекс. Прогнозирование продаж и прибыли, полученных от рекламы. Вычисление объема платежей. Возврат и рентабельность инвестиций. Оптимизация размещения рекламы. Критерии эффективности.                                                                                                                                                      |                                           |    |    |                                              |

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Объем аудиторных занятий по видам в часах |    |    | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----|----|----------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Л                                         | ЛР | ПЗ | СРС                                          |
| Общие методы и алгоритмы оптимизации. Расчет эффективности рекламы. Стоимость рекламы в прессе. Особенности продажи рекламной площади в разных видах СМИ. Рыночные принципы формирования расценок на рекламу. Базовые расценки рекламы в ведущих российских печатных СМИ. Стоимость рекламной полосы в газетах и журналах. Стоимость пункта рейтинга. Стоимость рекламы на ТВ. Принцип формирования рыночных цен на ТВ рекламу. Два подхода к оплате рекламы на ТВ: оплата времени трансляции; оплата рейтингов. Стоимость времени трансляции видеороликов: в программе, в межпрограммном пространстве, в прайм-тайм, в другое время. Стоимость рейтингов: продажа не времени, а телеаудитории. Два вида продажи рейтингов: фиксированное размещение, «плавающее» размещение. Скидки, надбавки, комиссионные в телерекламе. Стоимость рекламы на радио. Принцип формирования рыночных цен на радиорекламу. Стоимость времени трансляции радиорекламы: в прайм-тайм, в другое время. Скидки, надбавки, комиссионные. |                                           |    |    |                                              |
| Тема 9. Кризисный медиарилейшнз.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 1                                         | 0  | 2  | 7                                            |
| Кризис и антикризисный менеджмент в деятельности пресс-служб. Типология кризисов. Работа с целевыми группами в условиях кризиса. Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях. Действия в условиях кризисной ситуации.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                           |    |    |                                              |
| Модуль 3. Технологии медиарилейшнз                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 0                                         | 0  | 0  | 0                                            |
| Модуль 3. Технологии медиарилейшнз                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                           |    |    |                                              |
| Тема 10. Технологии подготовки информационных материалов.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 1                                         | 0  | 4  | 7                                            |
| Подготовка, создание и распространение: пресс-релиз, информационные письма, бэкграундер, заявление, медиаakit Личное резюме - самопрезентация пресс-секретаря, сотрудника пресс-службы. Подготовка текстовых и аудиовизуальных материалов. Ньюсмейкерство – создание информационного повода. Сторителлинг и событие.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                           |    |    |                                              |
| Тема 11. Технологии подготовки публичных мероприятий.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 1                                         | 0  | 2  | 7                                            |
| Организация и проведение пресс-конференций, брифингов, «круглых столов», интервью, заявлений для прессы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                           |    |    |                                              |
| Тема 12. Технология подготовки речей (спичрайтинг)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1                                         | 0  | 2  | 7                                            |
| .                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                           |    |    |                                              |

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием                                                                                                                                                             | Объем аудиторных занятий по видам в часах |    |    | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----|----|----------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                    | Л                                         | ЛР | ПЗ | СРС                                          |
| Спичрайтинг как профессиональное написание текстов для публичных. Техника подготовки и написания PR-текста, предназначенного для устного исполнения. Консалтинг первого лица в организации публичного выступления. |                                           |    |    |                                              |
| Тема 13. Диджитал-технологии в медиарилешнз.                                                                                                                                                                       | 1                                         | 0  | 2  | 7                                            |
| Особенности взаимодействия онлайн. Блоггеры. Диджитализация связей с журналистами.                                                                                                                                 |                                           |    |    |                                              |
| ИТОГО по 8-му семестру                                                                                                                                                                                             | 16                                        | 0  | 32 | 90                                           |
| ИТОГО по дисциплине                                                                                                                                                                                                | 16                                        | 0  | 32 | 90                                           |

### Тематика примерных практических занятий

| № п.п. | Наименование темы практического (семинарского) занятия               |
|--------|----------------------------------------------------------------------|
| 1      | Тема 1. Медиарилешнз в системе связей с общественностью.             |
| 2      | Тема 2. Основные организационные формы отношений организации со СМИ. |
| 3      | Тема 3. Деловой протокол в медиарилешнз.                             |
| 4      | Тема 4. Организация работы пресс-службы и пресс-центра.              |
| 5      | Тема 5. Аналитическая работа в медиарилешнз.                         |
| 6      | Тема 6. Планирование в медиарилешнз. Медиаплан.                      |
| 7      | Тема 7. Медиаметрия.                                                 |
| 8      | Тема 8. Экономические основы медиапланирования.                      |
| 9      | Тема 9. Кризисные медиарилешнз.                                      |
| 10     | Тема 10. Технологии подготовки информационных материалов.            |
| 11     | Тема 11. Технологии подготовки публичных мероприятий.                |
| 12     | Тема 12. Технология подготовки речей (спичрайтинг).                  |
| 13     | Тема 13. Диджитал-технологии в медиарилешнз.                         |

## 5. Организационно-педагогические условия

### 5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

### 5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

## 6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 6.1. Печатная учебно-методическая литература

| № п/п                                 | Библиографическое описание<br>(автор, заглавие, вид издания, место, издательство,<br>год издания, количество страниц)                               | Количество<br>экземпляров в<br>библиотеке |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <b>1. Основная литература</b>         |                                                                                                                                                     |                                           |
| 1                                     | Невоструева А. Ф. Современная пресс-служба : учебно-методический комплекс / А. Ф. Невоструева. - Пермь: Изд-во ПГТУ, 2011.                          | 20                                        |
| 2                                     | Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. - Москва: Аспект Пресс, 2012. | 70                                        |
| <b>2. Дополнительная литература</b>   |                                                                                                                                                     |                                           |
| <b>2.1. Учебные и научные издания</b> |                                                                                                                                                     |                                           |
| 1                                     | Балабанов А. В. Занимательное медиапланирование / А. В. Балабанов. - Москва: РИП-холдинг, 2002.                                                     | 1                                         |

|                                                                           |                                                                                                                                                            |    |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2                                                                         | Ворошилов В. В. Современная пресс-служба : учебник / В. В. Ворошилов. - Москва: КНОРУС, 2009.                                                              | 3  |
| 3                                                                         | Гнетнёв А. И. Современная пресс-служба : учебник для вузов / А. И. Гнетнёв, М. С. Филь. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2010.                                    | 2  |
| 4                                                                         | Головлева Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие / Е. Л. Головлева. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.                             | 1  |
| 5                                                                         | Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рейтинга : учебное пособие для вузов / М. В. Гундарин. - М.: ФОРУМ, ИНФРА-М, 2007. | 5  |
| 6                                                                         | Интернет-СМИ. Теория и практика : учебное пособие для вузов / А. О. Алексеева [и др.]. - Москва: Аспект Пресс, 2011.                                       | 1  |
| 7                                                                         | Карпушин Д.И. Пресс-релиз: правила составления / Д. И. Карпушин, С. А. Чикирова. - СПб: Питер, 2007.                                                       | 2  |
| 8                                                                         | Мандель Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б. Р. Мандель. - Москва: Вуз. учеб., ИНФРА-М, 2012.                  | 3  |
| 9                                                                         | Назайкин А. Н. Эффективная реклама в прессе : [практическое пособие] / А. Н. Назайкин. - Москва: Изд-во Междунар. ин-та рекламы, 2001.                     | 2  |
| 10                                                                        | Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - Москва: Дашков и К, 2017.         | 25 |
| <b>2.2. Периодические издания</b>                                         |                                                                                                                                                            |    |
|                                                                           | Не используется                                                                                                                                            |    |
| <b>2.3. Нормативно-технические издания</b>                                |                                                                                                                                                            |    |
|                                                                           | Не используется                                                                                                                                            |    |
| <b>3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины</b>      |                                                                                                                                                            |    |
|                                                                           | Не используется                                                                                                                                            |    |
| <b>4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента</b> |                                                                                                                                                            |    |
|                                                                           | Не используется                                                                                                                                            |    |

## 6.2. Электронная учебно-методическая литература

| Вид литературы            | Наименование разработки                                                                                                                                                            | Ссылка на информационный ресурс                                                                           | Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ) |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Дополнительная литература | Е. Г. Горяева Организация работы отдела по связям с общественностью : Учебное пособие / Е. Г. Горяева. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2009. | <a href="http://elibrary.pstu.ru/Record/iprobooks84895">http://elibrary.pstu.ru/Record/iprobooks84895</a> | локальная сеть; свободный доступ                                                |

| Вид литературы            | Наименование разработки                                                                                                                                        | Ссылка на информационный ресурс                                                                     | Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ) |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Дополнительная литература | Н. Б. Кириллова Медиакультура и основы медиаменеджмента : Учебное пособие / Н. Б. Кириллова. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. | <a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks87335">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks87335</a>     | локальная сеть; свободный доступ                                                |
| Основная литература       | Невоструева А. Ф. Современная пресс-служба : учебно-методический комплекс / А. Ф. Невоструева. - Пермь: Изд-во ПГТУ, 2011.                                     | <a href="http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3218">http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3218</a> | локальная сеть; свободный доступ                                                |

### **6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

| Вид ПО                                               | Наименование ПО                                                   |
|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Операционные системы                                 | MS Windows XP (подп. Azure Dev Tools for Teaching до 27.02.2022 ) |
| Офисные приложения.                                  | Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF              |
| Прикладное программное обеспечение общего назначения | Dr.Web Enterprise Security Suite, 3000 лиц, ПНИПУ ОЦНИТ 2017      |

### **6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

| Наименование                                                                                | Ссылка на информационный ресурс                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета | <a href="http://lib.pstu.ru/">http://lib.pstu.ru/</a>               |
| Электронно-библиотечная система Лань                                                        | <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>         |
| Электронно-библиотечная система IPRbooks                                                    | <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> |
| Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс                                                 | <a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>   |

## **7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

| Вид занятий          | Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения | Количество единиц |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Лекция               | проектор, ноутбук, экран                                                        | 1                 |
| Практическое занятие | проектор, ноутбук, экран                                                        | 1                 |

## **8. Фонд оценочных средств дисциплины**

|                              |
|------------------------------|
| Описан в отдельном документе |
|------------------------------|