

## **Практика филологического обеспечения связей с общественностью: Программа для студентов отделения филологического обеспечения связей с общественностью**

© И. А. Тортунова, 2006

Данный курс адресован студентам 2 и 3 курсов отделения филологического обеспечения связей с общественностью. Занятия по дисциплине «Практика ФОССО» направлены на развитие творческого мышления и приобретение практических навыков в создании текстов. Курс строится в форме лекционно-семинарских занятий и рассчитан на 168 академических часов.

Цели и задачи курса:

- дать представление о задачах филолога в области PR;
- показать особенности работы PR-консультанта, специалистов пресс-службы и PR-агентства;
- познакомить с деятельностью ведущих отечественных пресс-служб и PR-агентств, их функциями и задачами;
- представить жанровую классификацию текстов журналистики и PR;
- подготовить к самостоятельному написанию текстов разных жанров;
- научить анализировать современные издания и готовые информационные текстовые продукты
- дать представление о системе современных СМИ.

### **РАЗДЕЛ I. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК СФЕРА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Тема 1. Введение.** Определения «связей с общественностью». Терминология PR.

**Тема 2. История возникновения и развития PR.** PR и пропаганда. PR и журналистика. PR и реклама.

**Тема 3. Общественное мнение.** Определения. Подходы. Средства влияния на общественное мнение. Принципы формирования общественного мнения. «Цветной PR».

**Тема 4. Правовое обеспечение PR.** Правовые основы управления информацией. Связи с общественностью в политике. Правовое обеспечение имиджа. Авторское право. Брендинг и ребрендинг.

**Тема 5. Виды коммуникаций в PR.** Принципы PR-исследований. Теория коммуникации. Теория управления PR. Средства работы с целевой аудиторией.

**Тема 6. Типы PR-исследований.**

**Тема 7. Планирование PR-мероприятий.** Составление PR-плана. Составление PR-бюджета. Выполнение PR-программ.

**Тема 8. Работа PR-отдела.** Организация. Функции. Задачи.

## **РАЗДЕЛ II. ФИЛОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**Тема 1. Профессия: специалист по связям с общественностью (PR).** Профессиональные качества PR-специалиста. Профессиональные особенности PR-специалиста. Филологические навыки, необходимые PR-специалисту. Особенности работы с журналистами и другими специалистами в области СМИ. Тест на профессиональные качества PR-специалиста.

**Тема 2. Информационные жанры журналистики.** Жанровая классификация. Событийная заметка. Анонс. Аннотация. Рецензия. Блиц-портрет. Обзорение. История. Мини-совет.

**Тема 3. Композиционная структура заметки.** Базовый факт. Принципы его подачи. Типы заметки. «Формула Флеша». Принцип «перевернутой пирамиды».

**Тема 4. Интервью.** Определение жанра. Разновидности интервью. Типы вопросов в интервью. Задачи интервью. Подготовка к интервью. PR-интервью.

**Тема 6. Пресс-релиз.** Определение жанра. Принципы подготовки пресс-релиза. Стилистические и композиционные особенности пресс-релиза. Система рассылки пресс-релиза. Принципы восприятия пресс-релиза. Поводы для создания и рассылки пресс-релизов.

**Тема 7. Заголовок новостного материала.** Определение и задачи заголовка. Принципы составления заголовков. Варианты поиска заголовков. Цитирование, игра слов, ассоциации как варианты заголовков. Подзаголовок и его место в композиции текста.

**Тема 8. Примы создания и усиления информационного повода.** Изменения в составе руководства. Изменение формата деятельности. Изменение названия (рибрендинг). Юбилей. Выступления руководителя. Выпуск нового продукта. Объявление о планах и намерениях. Новая стратегия управления.

**Тема 9. Репортаж.** Определение жанра. Композиционные и стилистические особенности репортажа. Использование жанра в целях связей с общественностью.

**Тема 10. Характеристики информационных жанров.** Специфика информационных жанров журналистики. Информационная корреспонденция. Информационный отчет. Блицопрос. Анкета. Информационное сообщение. Особенности стиля и композиции.

**Тема 11. Выставка.** Особенности проведения мероприятия. Классификация. Подготовка к выставке. Специфика текстов для выставки. Особенности рекламных текстов: формат, жанр, композиция. Задачи PR-специалиста.

**Тема 12. Презентация.** Повод проведения. Виды презентаций. Подготовка к презентации. Приглашение журналистов. Специфика работы с журналистами. Задачи PR-специалиста. Составление пакета для прессы (медиа-кит).

**Тема 13. Биография.** Определение жанра. Типы биографии. Хронологическая биография. Повествовательная биография. Художественная биография.

**Тема 14. Историческая справка.** Композиционные и стилистические особенности текста исторической справки. Перечень фактов. Вопросы и ответы. Иллюстрации.

**Тема 15. PR-статья.** Авторская статья. Обзорная статья. Композиционные и стилистические особенности статей для PR целей. Мнения читателей.

**Тема 16. Деловая переписка.** Стилистические и композиционные приемы составления писем. Приглашения. Письма для журналистов. Письма для персонала. Письма для целевой аудитории. Переписка с государственными учреждениями.

**Тема 17. Корпоративное издание.** Цели и задачи корпоративного издания. Жанровые и стилистические приемы. Анализ корпоративных изданий. Создание корпоративного издания. Формат корпоративного издания.

**Тема 18. Рубрикатор.** Анализ рубрикаторов ведущих современных печатных изданий. Принципы составления рубрикатора. Рубрики и подрубрики. Письмо редактора. Письма и отзывы читателей. Рекламные статьи. Жанровая классификация статей.

**Тема 19. Пресс-конференция.** Пресс-конференция как инструмент PR. Подготовка и проведение пресс-конференции. Приглашение журналистов. Типология пресс-конференций.

**Тема 20. Аналитически жанры журналистики.** Аналитический отчет. Аналитическая корреспонденция. Аналитический опрос. Комментарий. Мониторинг. Обзор СМИ. Расследование. Прогноз. Версия. Эксперимент. Рейтинг. Жанровые признаки. Стилистически и композиционные особенности.

**Тема 21. Художественно-публицистические жанры журналистики.** Очерк. История возникновения. Очерк как жанр в отечественной журналистике 19 века. Пародия. Формы и виды пародии. Легенда. Эпиграф как композиционный и смысловой компонент текста. Анекдот. Виды анекдотов.

### **РАЗДЕЛ III. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

**Тема 1. Выбор СМИ.** Приемы измерения популярности СМИ. Форматы СМИ. Специфика работы разных СМИ.

**Тема 2. Работа с журналистами.** Специфика работы. Психологические основы работы с представителями СМИ.

**Тема 3. Печатные средства массовой информации.** Газета. Журнал. Книга. Печатная рекламная продукция. Объективность печатных СМИ. Средства достижения популярности. Пресс-конференция.

**Тема 4. Аудио-визуальные средства массовой информации.** Кино. Радио. Телевидение. Новости. Специфика работы со СМИ. Ток-шоу. Реклама. Пресс-конференция.

**Тема 5. Электронные средства массовой информации.** Интернет. Специфика работы. Корпоративный сайт. Распространение новостей. Продвижение продукта.

**Тема 6. Интеграция и СМИ.**

### **РАЗДЕЛ IV. ВИДЫ И ТИПЫ PR**

**Тема 1. Корпоративный (внутренний) PR.**

**Тема 2. Политический PR.**

**Тема 3. PR государственных структур.**

**Тема 4. PR крупных корпораций.**

**Тема 5. Бизнес PR.**

**Тема 6. Кризисный PR.**

**Тема 7. PR-технологии в шоу-бизнесе и спорте.**

**Тема 8. PR как система управления.**

**Тема 9. Тема 10. PR как творческий процесс.**

С п и с о к л и т е р а т у р ы :

1. *Богданов Е.Н., Зазыкин М.П.* Психологические основы «паблик рилейшнз». М., 2003.
2. *Бочаров М.П.* История паблик рилейшнз. Нравы. Бизнес. Наука. М., 2000.
3. *Викентьев И.Л.* Приемы рекламы и Public Relations. СПб., 2002.
4. *Винсент Л.* Легендарные бренды. М., 2004.
5. *Гартон Э.* Паблисити: жми сюда М., 2003.
6. *Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б.* PR на 100%. М., 2004.
7. *Грин Э.* Креативность в PR. СПб, 2004.
8. *Добросклонская Т.Г.* Вопросы изучения медиатекстов. М., 2005.
9. *Дорский А.Ю.* Правовое обеспечение PR. М., 2005.
10. *Калиберда Е.Г.* Связи с общественностью: вводный курс. М., 2004.
11. *Капитонов Э.А., Капитонов А.Э.* Корпоративная культура и PR. М., 2003.
12. *Кара-Мурза С.Г.* Манипуляции сознанием. М., 2003.
13. *Китчен Ф.* Public Relations. М., 2004.
14. *Коддлер И.* Успешная презентация. М., 2003.
15. *Лауденс Л.* Как говорить с кем угодно и о чем угодно. М., 2003.
16. *Михайлов А., Романов Ю.* Обитатели миража. PR специального назначения. М., 2002.
17. *Морозова И.* Слагая слоганы. М., 2003.
18. *Музыкант В.Л.* Реклама и PR-технологии. М., 2002.
19. *Ольшанский Д.В.* Политический PR. М., 2003.
20. *Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход.* М., 2001.
21. *Рогожин М.Ю.* Теория и практика рекламной деятельности. М., 2001.
22. *Сайтэл Ф.* Современные паблик рилейшнз. М., 2002.
23. *Санаев А.* Русский PR в бизнесе и политике. М., 2003.
24. *Синяева И.М.* Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. М., 2003.
25. *Сметанина С.И.* Медиа-текст в системе культуры. СПб, 2002.
26. *Соколов А.В.* Общая теория социальной коммуникации. СПб, 2002.
27. *Татарина Г.Н.* Управление общественными отношениями. М., 2004.
28. *Тертычный А.А.* Жанры периодической печати. М., 2002.
29. *Третьяков В.Т.* Как стать знаменитым журналистом. М., 2004.
30. *Управление общественными отношениями.* М., 2003.
31. *Чумиков А.Н., Бочаров М.П.* Связи с общественностью. Теория и практика. М., 2003.
32. *Шейнов В.П.* Скрытое управление человеком. Психология манипулирования. Минск, 2003.