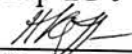


Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор БГУКИ

 Н.В.Карчевская

«24» июня 2024 г.

Регистрационный № УД-431/эуч.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕСС-СЛУЖБ

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-21 04 01 Культурология (по направлениям),
направлению специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная),
специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей*

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-21 04 01-2021 по специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям), утвержденного постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 12.04.2022 № 78, типового учебного плана по направлению специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная), утвержденного 09.07.2021, регистрационный № D 21-1-011/пр-тип. и учебного плана по специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей, рег. № D21-1-66/22уч., от 22.06.2022

СОСТАВИТЕЛЬ:

Н.Е. Петушко, заведующий кафедрой межкультурных коммуникаций и рекламы учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

О.А. Горбач, доцент кафедры медиалингвистики и редактирования Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент;

О.В. Рогачёва, доцент кафедры педагогики социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой межкультурных коммуникаций и рекламы учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 9 от 24.05.2024);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 5 от 19.06.2024)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Связи с общественностью представляют собой информационно-коммуникативное и общекультурное явление. Как вид социальной коммуникации, они играют общественную роль в реализации коммуникативных стратегий любой организации и предполагают включение в структуру организации важного элемента – пресс-службы, отвечающего за процесс взаимодействия организации со средствами массовой информации, налаживание коммуникаций как с внутренней общественностью, так и с группами внешней общественности, а также за формирование и поддержание позитивного имиджа организации в целом.

При конструировании учебной дисциплины «Функционирование пресс-служб» учтены особенности подготовки будущего специалиста социокультурной сферы. В процессе ознакомления с теоретическими основами и практикой деятельности пресс-служб студент закрепляет знания, полученные при изучении таких учебных дисциплин, как «Введение в специальность», «История и теория коммуникаций», «История связей с общественностью», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Медиапланирование», «Технологии копирайтинга».

Целью учебной дисциплины «Функционирование пресс-служб» является приобретение студентами целостной системы знаний об организации работы пресс-служб, их структуре, функциях, методах работы, а также формирование у обучающихся практических навыков в сфере пресс-рилейшнз.

Основные задачи учебной дисциплины:

- ознакомить студентов с основными подходами к пониманию пресс-службы и ее ролью в обществе;
- ознакомить обучающихся с основными видами, структурой и направлениями деятельности пресс-службы;
- сформировать у студентов представление об основных формах и методах работы пресс-службы со средствами массовой информации;
- достичь понимания студентами особенностей процесса организации пресс-службой специальных мероприятий по формированию имиджа организации;
- сформировать у студентов базовые знания о функциях пресс-секретаря в их историческом развитии и практическом применении;
- сформировать у студентов умения осуществлять оценку результативности и эффективности деятельности пресс-службы.

В соответствии с учебным планом изучение учебной дисциплины «Функционирование пресс-служб» должно обеспечить формирование у студентов следующей специализированной компетенции:

- Обладать навыками организации работы пресс-служб, проведения различных форм PR-акций (пресс-конференций, брифингов и т.д.).

По окончании изучения дисциплины студенты должны *знать*:

- сущность деятельности пресс-службы и возможности ее

оптимизации;

- структуру, функции, задачи и направления деятельности современной пресс-службы;

- основные принципы планирования и организации деятельности пресс-службы в государственных структурах, некоммерческих и коммерческих и иных организациях;

- особенности формирования имиджа организации в контексте деятельности пресс-службы;

- формы работы современной пресс-службы со средствами массовой информации и общественностью;

- обязанность пресс-секретаря;

- методики расчета эффективности деятельности пресс-службы.

Студенты должны *уметь*:

- налаживать организационную деятельность пресс-службы при государственных, коммерческих и общественных и иных структурах;

- выстраивать стратегию и тактику PR-коммуникации и событийных коммуникаций пресс-службы со средствами массовой информации и общественностью;

- создавать PR- и журналистские тексты

- публично выступать.

Студенты должны *владеть*:

- навыками организации работы пресс-службы;

- навыками написания пресс-релизов и PR-текстов;

- навыками публичных выступлений;

- навыками составления официальных PR-документов;

- навыками организации официальных мероприятий для средств массовой информации и журналистов;

- умением выполнять контент-анализ средств массовой информации.

В соответствии с учебным планом на изучение учебной дисциплины «Функционирование пресс-служб» для дневной формы получения образования всего предусмотрено 90 часов, из них 48 часов – аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 14 часов, семинарские занятия – 16 часов, практические занятия – 18 часов. Для заочной формы получения образования всего предусмотрено 12 часов аудиторных занятий. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: 4 часа – лекции, 6 часов – практические занятия, 2 часа – семинарские занятия.

Форма текущей аттестации студентов – опрос.

Рекомендуемая форма промежуточной аттестации студентов – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема1. Введение. Пресс-служба как коммуникационное явление

Цель и задачи учебной дисциплины, ее связь с другими дисциплинами специализации. Место учебной дисциплины в системе профессиональной подготовки специалистов социокультурной сферы. Характеристика учебно-методического и информационного обеспечения учебной дисциплины.

Понятие и сущность пресс-службы в системе социальной коммуникации. Модели коммуникации пресс-службы с внешней и внутренней средой: односторонняя коммуникация, двусторонняя коммуникация, многосторонняя коммуникация. Составляющие коммуникации пресс-службы: участники и их взаимодействие, формы и методы коммуникативного воздействия.

Структурно-функциональная амбивалентность как доминирующий концепт деятельности пресс-службы: по своей структуре и функциям относится к системе управления, а по инструментам – к сфере журналистики и связям с общественностью.

Тема2. Организационно-функциональная структура пресс-службы в организациях разных типов

Цели и задачи, которые стоят перед пресс-службами в современных условиях. Зависимость организационно-функциональной структуры пресс-службы от задач организации, ее типа, места в структуре отрасли, специализации деятельности. Современная система «пресс-релейшенз». Основные типы пресс-служб.

Основные функции пресс-службы в контексте разработки и осуществления информационно-коммуникационной политики: информационная, аналитическая, прогностическая, коммуникативная, нормативная, координационная, контроля. Вспомогательные функции пресс-службы в контексте взаимодействия с медиа-сообществом в целях распространения информации о деятельности организации: участие в мероприятиях внутригосударственного и международного характера, проведение внутренних мероприятий, управление привлекательностью организации (формирование имиджа, репутации) и др. Материально-техническая база, информатизация деятельности пресс-служб как факторы интенсификации технологических процессов, их влияние на организационно-функциональную структуру пресс-службы.

Особенности структуры пресс-службы разных типов. Типологический феномен пресс-службы в органах государственного управления. Пресс-службы общественных структур, партий, движений: общая характеристика деятельности; отбор информации для аудитории с учетом ее актуальности, коммуникативных норм и правил, социальной, политической, профессиональной и другой ориентированности аудитории. Особенности деятельности пресс-службы в коммерческих и некоммерческих структурах. Задачи и функции пресс-службы в социокультурной сфере. Значение,

организации работы пресс-центра. Организация и работа пресс-центров министерств и ведомств на республиканских и международных выставках и форумах. Взаимодействие пресс-служб органов государственной власти, коммерческих и общественных организаций. Правовое поле деятельности пресс-служб.

Тема 3. Традиционные и сетевые форматы деятельности пресс-службы со средствами массовой информации и общественностью

PR-мероприятия, подготавливаемые пресс-службой: значение, целевая аудитория (партнеры, средства массовой информации, блогеры и др.), цель. Основные виды PR-мероприятий, подготавливаемые пресс-службой: пресс-конференция, пресс-тур, пресс-ланч, пресс-клуб, брифинг, презентация (официальное представление нового объединения, проекта, услуги и т.д., кругу приглашенных лиц), круглый стол, день прессы, внутрикорпоративные коммуникации и PR-мероприятия, внутрикорпоративные издания, корпоративный сайт, вещательные каналы коммуникаций, электронные коммуникации, доски объявлений, доска почета, внутрикорпоративные конференции, электронные письма.

PR-тексты, подготавливаемые пресс-службой. Информационный повод как основа деятельности пресс-службы в контексте формирования текста сообщения. Значение побудительной функции PR-текста. Классификация PR-текстов в контексте жанровой принадлежности (пресс-релиз, новость, анонс, статья, комментарий и т. д.); в контексте способов распространения (газета, телевидение, радио и т. д.); в контексте адресата текста (внешняя либо внутренняя общественность организации, качественные характеристики целевой аудитории). Типологии PR-текстов, подготавливаемых пресс-службой (А.Д. Кривоносов): базисные PR-тексты (первичные и вторичные). Первичные PR-тексты – исходные сообщения (пресс-релизы, письма, буклеты и т. п.). Вторичные PR-тексты – сообщения, в которых первичная информация, подверглась дополнительной журналистской обработке и которые переданы исключительно через каналы средств массовой информации (статья в газете, написанная на основе пресс-релиза, буклета или новостей с официального сайта организации).

Классификация PR-текстов, подготавливаемых пресс-службой в контексте жанрового разделения материалов: информационные (новости); аналитические (экспертиза); художественные (свободная публицистика).

Основные информационные документы: байлайнер, биография, буклет, бэкграундер, вопрос-ответ, заявление для средств массовой информации, имиджевая статья, имиджевое интервью, информационное письмо, информационные сборники, информационный бюллетень, коммюнике, комментарий, ньюс-релиз, ньюслеттер, обзорная статья, обращение руководителей организации разного рода, участников общественных движений, опровержение, особое мнение, пресс-дайджест, приглашения, проспект, факт-лист и др.

Возможности использования Интернета в практике пресс-службы в контексте организации PR-мероприятий и создании PR-текстов: электронный пресс-релиз; блоги, форумы; корпоративный сайт организации; социальные сети; онлайн-конференции, вебинары и др.

Тема 4. Деятельность пресс-службы по формированию имиджа и репутации организации

Задачи формирования имиджа и репутации организации. Коммуникативно-информационная деятельность пресс-службы по формированию привлекательного образа организации.

Технология «событийной коммуникации» как целенаправленное планирование, организация и проведение мероприятия с привлечением представителей целевой аудитории и средств массовой информации с целью решения задач, стоящих перед пресс-службой. Категории классических мероприятий событийной коммуникации: рабочие мероприятия, ориентированные на обмен информацией и удовлетворение потребности участников в новых знаниях (приёмы, презентации, семинары, конференции и т.д.); информативные мероприятия, реализующие точно определенную задачу передачи информации для достижения более высокой активности и восприимчивости целевой группы (пресс-туры и т.д.); мероприятия, ориентированные на организацию досуга определенной аудитории с целью оказания эмоционального воздействия (церемонии открытий и закрытий, выставки, концерты и т.д.).

Корпоративная культура в работе пресс-службы.

Критерии эффективности деятельности пресс-службы по формированию имиджа и репутации организации.

Тема 5. Пресс-секретарь: профессионально-личностные качества и требования

История становления института пресс-секретарей: зарубежный и отечественный опыт.

Задачи и сущность деятельности современного секретаря пресс-службы. Профессиональные и личностные требования к пресс-секретарю, их значение для эффективной организации работы организации.

Дифференциация сотрудников пресс-релейшнз в зависимости от особенностей выполнения ими своих функций. Приемы и методы работы. Формы повышения квалификации сотрудников пресс-службы. Известные профессионалы, внесшие вклад в профессию.

Тема 6. Проблемы оценки эффективности деятельности пресс-службы

Эффективность как интегративная характеристика деятельности пресс-службы. Анализ разных подходов к проблеме определения эффективности деятельности пресс-службы.

Оценка эффективности деятельности пресс-службы. Критерии и показатели оценки эффективности деятельности пресс-службы: определение,

соотношение. Характеристика методик количественной статистики, разработанных в сфере связей с общественностью, с учетом специфики деятельности пресс-службы, в частности, формул рекламного эквивалента, количества контактов, подсчета ключевых моментов сообщения; конкурентного анализа информационного поля, взвешенных коэффициентов и др. Направления повышения эффективности деятельности пресс-службы: формирование устойчивого круга (пула) журналистов, сотрудничающих со службой; жанровое разнообразие публикаций; оперативность появления информации об организации в средствах массовой информации и сети Интернет; удовлетворенность журналистов деятельностью пресс-службы организации и др.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения высшего образования

Название темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия		
Тема 1. Введение. Пресс-служба как коммуникационное явление	2				
Тема 2. Организационно-функциональная структура пресс-службы в организациях разных типов	2	4	4	2	выступление на семинаре с докладами и/или презентациями
Тема 3. Традиционные и сетевые форматы деятельности пресс-службы со средствами массовой информации и общественностью	2	2	2	4	проверка результатов практической работы, выступления с докладами и презентациями на семинаре
Тема 4. Деятельность пресс-службы по формированию имиджа и репутации организации	2	2	2	2	выступление на семинаре с докладами и/или презентациями
Тема 5. Пресс-секретарь: профессионально-личностные качества и требования	2	2	2	2	выступление на семинаре с докладами и/или презентациями
Тема 6. Проблемы оценки эффективности деятельности пресс-службы	2	4	2		
ВСЕГО...	12	14	12	10	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Заочная форма получения высшего образования

Название темы	Количество часов для дневной формы получения образования	Количество аудиторных часов			Количество часов для самостоятельного изучения учебного материала
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	
Тема 1. Введение. Пресс-служба как коммуникационное явление	2	1			1
Тема 2. Организационно-функциональная структура пресс-службы в организациях разных типов	12	1		1	10
Тема 3. Традиционные и сетевые форматы деятельности пресс-службы со средствами массовой информации и общественностью	10	1	4		5
Тема 4. Деятельность пресс-службы по формированию имиджа и репутации организации	8		2		6
Тема 5. Пресс-секретарь: профессионально-личностные качества и требования	8	1			7
Тема 6. Проблемы оценки эффективности деятельности пресс-службы	8			1	7
ВСЕГО...	48	4	6	2	36

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная литература

1. *Гогоадзе, М. Г.* Основы PR-технологий [Электронный ресурс]: учеб. пособие / М. Г. Гогоадзе, Е. В. Сорокина, Е. А. Черкасова. – Санкт-Петербург : БГТУ "Военмех" им. Д.Ф. Устинова, 2021. – С. 134-149, 201-218. – URL: <https://e.lanbook.com/book/220271> (по подписке). – Дата доступа: 19.03.2024.
2. *Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов* : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2020. – С. 101-223.
3. *Коноваленко, В. А.* Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. –Москва : Юрайт, 2021. – С. 194-230.
4. *Коноваленко, В. А.* Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. - Москва : Юрайт, 2021. – С. 71-99.
5. *Москалев, С. М.* Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: учебное пособие : [16+] / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2021. – С. 92-125. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134> (по подписке). – Дата доступа: 19.03.2024.
6. *Смеюха, В. В.* Исследование деятельности СМИ [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. В. Смеюха, А. П. Гриценко. – Ростов-на-Дону : РГУПС, 2021. – С. 10-67, 109-165. – URL: <https://e.lanbook.com/book/177150> (по подписке). – Дата доступа: 19.03.2024.
7. *Смоликова, Т.М.* Связи с общественностью в сфере культуры: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Культурология", "Социально-культурный менеджмент и коммуникации" / Т. М. Смоликова. – Минск : Республиканский институт высшей школы, 2023. – С. 6-49, 63-75, 92-116.

Дополнительная литература

1. Киричѣк, П. Н. Эссе о прессе: опыты медиакритики [Электронный ресурс] / П. Н. Киричѣк. – Москва : МосГУ, 2023. – 448 с. – ISBN 978-5-907650-18-3. – URL: <https://e.lanbook.com/book/403154> (по подписке). – Дата доступа: 14.05.2024.

2. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии [Электронный ресурс] / П. А. Кузнецов. – Москва : Дашков и К, 2022. – С. 84-286 (296 с.). – URL: <https://e.lanbook.com/book/277166> (по подписке). – Дата доступа: 19.03.2024.

3. Мультимедийные технологии СМИ [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. О. Автаева, В. А. Бейненсон, К. А. Болдина [и др.]. – Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020. – 171 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/191744> (по подписке). – Дата доступа: 14.05.2024.

4. Писаренко, Е. М. Стылістыка і культура маўлення [Электронный ресурс] : вучэбна-метадычны комплекс па дысцыпліне для спецыяльнасцей 1-18 01 01 Народная творчасць (па напрамках), 1-21 04 01 Культуралогія (па напрамках), 1-21 04 02 Мастацтвазнаўства (па напрамках), 1-23 01 14 Сацыяльна-культурная дзейнасць, 1-23 01 11 Бібліятэчна-інфармацыйная дзейнасць (па напрамках) / Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў, Факультэт інфармацыйна-дакументных камунікацый, Кафедра беларускай і замежнай філалогіі ; склад. А. М. Пісарэнка. – Электронныя тэкставыя даныя. – Мінск, 2022. – 138 с.

5. Смотрова, Т. И. Разработка и технология производства рекламной продукции [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Т. И. Смотрова, Н. В. Слинькова. – М. : Русайнс, 2021. – 111 с.

6. Сурикова, Т.И. Литературное редактирование текст средств массовой информации : учеб. пособие / Т.И. Сурикова. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – 152с.

7. Тулупов, В. В. Техника и технология медиадизайна [Электронный ресурс] : учеб. пособие : в 2 книгах / В. В. Тулупов. – Москва : Аспект Пресс, 2019 – Книга 1 : Пресса – 2019. – С. 56-176 (208 с.). – URL: <https://e.lanbook.com/book/169663> (по подписке). – Дата доступа: 14.05.2024.

8. Тульчинский, Г. Л. Маркетинг в сфере культуры [Электронный ресурс] / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – 6-е изд., стер. – СПб. : Планета музыки, 2024. – С. 233–343. – URL: <https://e.lanbook.com/book/390380> (по подписке). – Дата доступа: 19.03.2024.

Рекомендуемые методы преподавания

Материал излагается на основе современных методических требований с учетом уровня знаний студентов. При чтении лекций особое внимание уделяется рассмотрению теоретических основ деятельности пресс-службы, типологического разнообразия пресс-релизов, вопросов планирования и организации деятельности пресс-службы в государственных структурах, некоммерческих и коммерческих и иных организациях, приемов связи пресс-службы со средствами массовой информации и общественностью, особенностей формирования имиджа организации в контексте деятельности пресс-службы, кадрового обеспечения деятельности пресс-службы, а также вопросов оценки эффективности деятельности пресс-службы.

Целью проведения семинарских занятий является систематизация, углубление и закрепление полученных студентами теоретических знаний: расширение знаний о сущности деятельности пресс-службы, основных каналах и формах коммуникации пресс-службы со средствами массовой информации и общественностью, отечественном и зарубежном опыте организации PR-мероприятий и PR-акций (пресс-конференции, пресс-туры, брифинги и другие мероприятия) для прессы и разработки текстовых материалов для публикации в средствах массовой информации и др.

Практические занятия направлены на формирование умений и приобретение опыта практического использования полученных теоретических знаний при выполнении конкретных заданий по налаживанию организационной деятельности пресс-службы при государственных, коммерческих и общественных и иных структурах, выстраиванию стратегии и тактики PR-коммуникаций и событийных коммуникаций пресс-службы со средствами массовой информации и общественностью, разработке PR- и журналистских текстов, оценке эффективности деятельности пресс-службы.

Методика проведения указанных занятий должна содействовать развитию творческих способностей студентов и приобретению ими навыков самостоятельной работы. Предусматривается применение следующих форм организации процесса обучения: лекции-дискуссии, лекции-визуализации, лекции с опорным конспектированием, групповые дискуссии и др.

Рекомендуемые средства диагностики и контроля

Для выявления и исключения пробелов в знаниях студентов рекомендуется использовать следующие формы контроля:

1. устный опрос в ходе лекций, семинарских и практических занятий;
2. индивидуальные задания во время проведения практических работ;
3. решение кейсов для анализа конкретных ситуаций во время семинарских и практических занятий.

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов организуется в виде решения индивидуальных задач во время проведения семинарских и практических занятий под контролем преподавателя.

Управляемая самостоятельная работа студентов в рамках учебной дисциплины «Функционирование пресс-служб» предусматривает осуществление следующих видов деятельности:

- подготовка к семинарским и практическим работам;
- чтение специальной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- поиск и изучение печатных и электронных информационных ресурсов с целью получения сведений, необходимых для углубленного изучения отдельных вопросов, и подготовки к семинарским и практическим работам;
- защита заданий, выполненных на практических занятиях;
- подготовка презентаций по отдельным темам дисциплины;
- подготовка к зачету.