

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Курганский государственный университет»

Кафедра организации работы с молодежью

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ

Методические рекомендации
к практическим занятиям
для студентов очной формы обучения
39.03.03 «Организация работы с молодежью»,
направленность
«Организация работы с молодежью»

Курган 2017

Кафедра: «Организация работы с молодежью»

Дисциплина: «Связи с общественностью в сфере работы с молодежью»
(направление 39.03.03)

Составитель: канд. филол. наук, доцент Е.А. Хомутникова

Утверждены на заседании кафедры «24» января 2017 г.

Рекомендованы методическим советом университета «12» декабря 2016 г.

Содержание

Планы практических занятий.....	4
Темы контрольных работ	20
Вопросы к экзамену	21
Система балльно-рейтинговой оценки работы студентов по дисциплине	23
Список литературы	28

Планы практических занятий

Тема №1. Система СМИ. Функции СМИ. Особенности молодежных СМИ

Практическое занятие № 1. Публицистический стиль речи

- 1 Расскажите о главных языковых функциях публицистического стиля. Приведите примеры успешной и неудачной реализации этих функций;
- 2 Какая информация может передаваться в публицистических текстах?
- 3 С какой целью публицисты обращаются к экспрессивным средствам языка? Приведите примеры;
- 4 Что такое штампы в журналистике?

Задания

- 1 Сделайте приведенный ниже текст более доступным для читателя.

«Пресс-служба главы администрации области сообщает: на своем заседании областная энергетическая комиссия решила до уточнения цен на топливо, принятия соответствующих нормативных актов Правительства Российской Федерации по государственному регулированию тарифов на энергию в 2011 г. и согласно прогнозу динамики цен в сфере материального производства на 2011 г., подготовленному Министерством экономики Российской Федерации, установить с 1 января 2011 г. для потребителей области следующие тарифы на электрическую и тепловую энергию: для промышленных и приравненных к ним потребителей с присоединенной мощностью — 750 киловатт и выше, для прочих предприятий и организаций, а также производственных сельскохозяйственных предприятий, при оплате за электрическую и тепловую энергию применяется коэффициент — 1,12. Для городского населения устанавливается тариф 50 рублей за один киловатт-час; для сельского населения — 35 рублей за один киловатт-час»;

- 2 Напишите небольшую статью, пользуясь только штампами. Как вы думаете, удастся ли автору адекватно передать аудитории картину мира, сообщить сведения, соответствующие действительности, если его речь состоит из штампов? Аргументируйте ответ.

Практическое занятие № 2. Система СМИ. Особенности и характеристика молодежных СМИ

- 1 Специфика печатной прессы;
- 2 Аудиовизуальные СМИ;
- 3 Информационные службы;
- 4 Интернет как вид СМИ;
- 5 Современные молодежные СМИ: характеристика и средства поддержки.

Задания

- 1 Проанализируйте целевую аудиторию молодежного СМИ и придумайте новую рубрику, которой, по вашему мнению, не хватает в этом СМИ;
- 2 Проанализируйте молодежное СМИ;
- 3 Придумайте газету для молодежи, такую, которая могла бы служить примером точного попадания «в десятку». Что будет напечатано в этой газете на первой полосе? Чем это будет иллюстрировано?
- 4 Напишите концепцию молодежного издания, которое могло бы заинтересовать молодежную аудиторию.

Практическое занятие № 3-4. Предмет отображения в СМИ, цели и методы журналистского творчества

- 1 Методы журналистики;
- 2 О предмете изображения в СМИ;
- 3 Событие как предмет отображения;
- 4 Процесс как предмет отображения;
- 5 Ситуация как предмет отображения;
- 6 Личность как предмет отображения;
- 7 Целевые установки как жанрообразующие свойства текстов СМИ;
- 8 Описание предмета (создание его наглядной модели);
- 9 Выявление причинно-следственных связей;
- 10 Оценка предмета отображения;
- 11 Прогноз развития предмета отображения.

Задания

- 1 Составьте план работы над темой будущей публикации. Определите круг источников информации. Составьте список источников;
- 2 Прочитайте статью в газете. Какова ее идея? Назовите пять ключевых слов, определяющих содержание статьи;
- 3 «Говорящие» детали – не только слышать, но и видеть характерные и необычные приметы в лице, манерах, поведении людей, с которыми беседуете. Попробуйте описать людей, с которыми вы профессионально работали, через деталь;
- 4 Напишите небольшую зарисовку «Мой удивительный знакомый», используя в тексте очерковые элементы: описание внешности, особенности поведения, привычки персонажа, описание предметов, окружающих героя зарисовки, его речевые характеристики. Попробуйте передать с помощью художественно-выразительных средств ваше отношение к герою.

Практическое занятие № 5-6. Функции журналистики. Понятия «жанр» и «целевая аудитория» в журналистике. Информационные жанры

- 1 Функции журналистики;
- 2 Понятие «жанр» в журналистике;
Целевая аудитория СМИ;
- 3 Понятия «новость» и «событие»;
- 4 Основные информационные жанры. Новостная журналистика как важнейшая часть информационного поля СМИ;
- 5 Репортаж;
- 6 Виды репортажа: событийный, проблемный, познавательно-тематический, актуальный, репортаж-расследование;
- 7 Отчет;
- 8 Корреспонденция;
- 9 Заметка. Структура заметки. Требования к заметке;
- 10 Типы информационного содержания заметки;
- 11 Жанровые виды заметки.

Задания

- 1 Чем отличается факт от события? Приведите три-четыре примера;
- 2 Назовите основные жанрообразующие факторы и на основе какого-либо известного вам события примите решение: в каком жанре и для какой аудитории вы осветили бы это событие?
- 3 Можно ли, по вашему мнению, сначала написать материал, а потом определиться с его жанром? Объясните свой ответ;
- 4 Возьмите свежий номер ежедневной газеты и внимательно прочитайте все маленькие по объему материалы. Попробуйте определить соотношение «факт – автор» в этих текстах. Прodelайте то же самое с большими произведениями: статьями, интервью и др.;
- 5 Найдите в современной прессе издание, которое было бы близко к совершенству по всем известным вам основным параметрам. Обсудите на семинаре;
- 6 Найдите в газете несколько удачных лидов. Почему именно они кажутся вам удачными?
- 7 Найдите в вашей нелюбимой газете несколько неудачных лидов. Могли бы вы придумать вместо них что-то другое?
- 8 Факт: астрономы обнаружили новую, очень крупную комету. Различные СМИ написали об этом открытии. Сочините десять-пятнадцать заголовков к материалам для прессы разных типов;
- 9 Напишите «Пять наблюдений». Это должны быть такие наблюдения, из которых можно было бы сделать существенные выводы об окружающем вас социуме;
- 10 Напишите подробный указатель «Дорога в университет». Адресуйте его воображаемому знакомому, который никогда не был в этом районе города. Внесите в указатель столько подробностей, даже избыточных (вплоть до текстов объявлений на заборах и столбах), сколько нужно для создания полноценной картины городской жизни; взгляд вашего читателя-знакомого, когда он отправится в ваш университет, должен будет скользить именно по упомянутым вами вехам, и одновременно с походом в институт читатель совершит экскурсию по современному городу (с его проблемами, радостями, печальями, персонажами). Этот указатель следует написать на основе ваших личных наблюдений;
- 11 Напишите заметку, корреспонденцию и репортаж, в основе которых лежит одно событие. Чем эти жанры отличаются друг от друга?

Практическое занятие № 7. Аналитические жанры

- 1 Особенности аналитических жанров;
- 2 Аналитическая статья;
- 3 Обозрение;
- 4 Обзор печати;
- 5 Рецензия;
- 6 Журналистское расследование.

Задания

- 1 Подготовьте один из видов обзора;
- 2 В одной из общероссийских газет («Известия», «Труд», «Коммерсантъ» и др.) найдите рубрику, где публикуют письма читателей (это могут быть высказывания, пришедшие в редакцию по электронной почте); выберите наиболее часто обсуждаемые проблемы, сделайте тематический обзор по письмам. Попробуйте от имени редактора отдела или главного редактора издания ответить на критичное письмо читателя;
- 3 Напишите краткую аннотацию на книжную новинку (50 строк);
- 4 Напишите рецензию на фотовыставку;
- 5 Напишите статью для молодежного издания о проблемах высшего образования или статью для рубрики «Я — молодой», «Выборы», «Культура», «Проблемы большого города» (объем — 200 строк).

Практическое занятие № 8. Художественно-публицистические жанры

- 1 Общая характеристика художественно-публицистических жанров;
- 2 Зарисовка;
- 3 Очерк;
- 4 Эссе;
- 5 Фельетон и памфлет в современной журналистике.

Задания

- 1 Найдите в газетах и журналах материалы, написанные в художественно-публицистических жанрах. Опишите, какими художественными средствами пользовались авторы, воссоздавая пейзаж, портрет, интерьер;
- 2 Напишите очерк на интересную для вас тему;
- 3 Перед вами таблица, включающая в себя жанры печатных СМИ (таблица 1). К каждому жанру подберите пример. Обратите внимание: подчеркнуты универсальные жанры, они применяются и для информационного насыщения полос, и для создания аналитических публикаций; курсивом выделены наиболее актуальные газетные жанры; те жанры, которые не маркированы, встречаются редко, а иногда используются как составные части других жанров.

В скобках указаны цифры, условно обозначающие объемы публикаций в строках (стандартной газетной колонки).

Таблица 1 – Жанры печатных СМИ

Информационные жанры		
<i>Информация</i>	Новость, информационное сообщение, элемент бегущей строки, горячей линии и т.д. Оперативное краткое изложение сущности актуальных: факта, события, явления (5-30)	пример
<i>Заметка</i>	Расширенная (в меру) информация, которая может включать в себя краткое изложение (два-три предложения) предыстории факта, события или явления (30-70)	пример
<i>Корреспонденция</i>	Это то, во что превращают свои заметки все начинающие или слабые журналисты. На самом же деле корреспонденция отличается от заметки большими информативными возможностями за счет объема, повествовательности и широты освещения (детализирование, прогнозирование) (50-100)	пример
<i>Репортаж</i>	Изложение актуального фактического материала, полученного с места происшествия. Рассказчик — непосредственный участник события или наблюдатель. Здесь допустимы эмоциональность, междометия, субъективные ощущения. Часто используется прямая речь, короткие диалоги (от 100)	пример
<i>Интервью</i>	Диалог журналиста со вторым лицом, имеющий целью краткое освещение факта, события, явления, рассказ о самом субъекте	пример
<i>Комментарий</i>	Объяснение, «расшифровка» сложной фактуры, представленной, как правило, в ином материале, либо отношение автора к данной проблеме или чьему-либо мнению (до 40)	пример

Продолжение таблицы 1

Отчет	Пишется после пресс-конференций, презентаций, симпозиумов, съездов. Та же заметка или корреспонденция, последовательно перечисляющая полученную фактуру, иногда с вкраплением прямой речи главных действующих лиц (50-300)	пример
Опрос	Симбиоз журналистики и социологии. Представление коллективного мнения по одному или нескольким специально выбранным проблемам, темам, вопросам (не более 150)	пример
Вопрос-ответ	1 Ответ специалиста или редакции на вопросы читателей (например, «прямая связь»). 2 «Пинг-понг» — автономно при презентации персон или рассказах об известных людях (до 20)	пример
Совет	Родственный предыдущему жанр, отличающийся лишь отсутствием вопроса. В любом случае, это узкоспециализированная информация: «советы садоводам», «наш домашний доктор»... (не более 80)	пример
Пресс-релиз	«Закулисный» жанр, ибо готовится, как правило, PR-журналистом для коллег из общественно-политических СМИ или специалистов. Фактологическая презентация объектов, субъектов и событий, служащая сырьем или одним из источников для подготовки публикации разного жанра	пример
Некролог	Не путать с извещением о кончине. Некролог — это рассказ об этапах жизни умершего со словами прощания и скорби (не более 150)	пример
Аналитические жанры		
Отчет	Абсолютно иной жанр, нежели информационный отчет. Принципиальное отличие в активном восприятии полученной информации: сопоставление фактов, поиск слабых мест, расстановка акцентов, комментирование, резюмирование (до 300)	пример

Продолжение таблицы 1

Корреспонденция	В корреспонденции присутствуют черты таких жанров, как репортаж, комментарий, резюме (до 150)	пример
Интервью	«Поиск истины» в диалоге между журналистом и вторым лицом, в ходе которого журналист ограничивает себя постановкой четких вопросов, но ставит их так, чтобы ответы интервьюируемого, складываясь в логическое повествование, как можно глубже раскрыли суть выбранной темы (до 300)	пример
Беседа	Принципиальное отличие от интервью в активности журналиста — до соотношения объемов авторских слов 1 : 4. Ясно, что журналист, участвующий в беседе, должен быть неплохим специалистом в данной области (до 300)	пример
Круглый стол	То же самое, что беседа, но в процессе общения участвуют более двух человек, представляющих, как правило, разные сферы деятельности, но объединенные решением одной или более проблем	пример
Комментарий	Призван не столько «разобрать по полочкам» сложную фактуру, но и в полной мере публично выразить свое мнение по отношению к событию, факту, явлению (до 150)	пример
Анкета	Результат анкетирования, обобщенный и снабженный резюме. Позволяет определить коллективное мнение по тем или иным проблемам и на основе анализа дать ему социальную, экономическую, политическую, иную оценку (до 150)	пример
Мониторинг	Систематическое фиксирование показателей динамики развития определенных явлений, событий, фактов, иногда снабжаемое комментариями автора или специалистов (до 100)	пример

Продолжение таблицы 1

<i>Рейтинг</i>	Ранжирование по разным характеристикам событий, личностей, групп лиц, разных показателей: сводка, top-10 и т.д. (до 100)	пример
<i>Рецензия</i>	Аргументированный критический отзыв о произведении литературы, искусства (до 250)	пример
<i>Статья</i>	Часто употребляется как обобщающее определение любого журналистского произведения. Статья как жанр характеризуется глубоким анализом предмета освещения, обобщением фактов, вскрытием закономерностей в развитии явлений, многогранным исследованием причинно-следственных связей (от 200)	пример
<i>Журналистское расследование</i>	Рассказ о процессе поиска ответов на актуальные вопросы, разбора скандальных событий, криминальных историй, когда журналист собирает и анализирует факты (от 200)	пример
<i>Обозрение</i>	Результат сквозного наблюдения определенных явлений и процессов и их публичный анализ (спортивные соревнования, политика, предвыборная кампания) (100 – 250)	пример
<i>Прогноз</i>	Попытка предсказать статус явления, развитие события, совершение того или иного факта	пример
<i>Версия</i>	Моделирование собственного суждения по поводу уже имеющегося хода событий или явления, предположение, основывающееся на их детальном изучении (подкрепленное порой неординарными аргументами)	пример
<i>Эксперимент</i>	Результат исследования журналистом проблемы изнутри путем моделирования ситуации	пример
<i>Письмо</i>	Прямое обращение автора к конкретному адресату, имеющее целью либо привлечение внимания к проблеме, либо реактивность (ответное действие)	пример

Продолжение таблицы 1

<i>Исповедь</i>	«Крик души». Такие публикации чаще всего рождаются из читательской почты. Характеризуются откровенностью, обнажением внутренних переживаний	пример
<i>Рекомендация</i>	Почти то же самое, что и совет, но кроме ответов на вопросы «что?» и «как?» здесь даются ответы на вопросы «почему?» и «почему так, а не иначе?»	пример
Художественно-публицистические жанры		
<i>Очерк</i>	Симбиоз репортажа и анализа с применением художественных приемов письма. Условия: документальность, фактичность, объективность (от 350 до 600)	пример
<i>Фельетон</i>	Сатирическое описание ситуации, проблемы, факта с активным использованием иносказания, гиперболы	пример
<i>Памфлет</i>	«Брат» фельетона, отличающийся от него большей эмоциональностью, насыщенностью речи эпитетами	пример
<i>Пародия</i>	Подражание, гиперболизирующее недостатки и имеющее целью либо насмешить читателя, либо также раскритиковать объект пародии	пример
<i>Сатирический комментарий</i>	Сопровождение события и явления (чаще — слов высокопоставленных чиновников) комментарием, построенным на выявлении и высмеивании ляпсусов, нелогичности, непоследовательности или же откровенной глупости	пример
<i>Житейская история</i>	Художественное изображение конкретной ситуации, детально описывающее внутренний мир героев и мотивы их поступков, часто вычлняющее «плохих» и «хороших» персонажей	пример
<i>Легенда</i>	Вымышленная история, в которой фантазия автора зачастую основывается на реальных или условно реальных фактах	пример

Продолжение таблицы 1

<i>Эпитафия</i>	Рассказ о жизненном пути покойного, но, в отличие от некролога, насыщенный эмоциями, это своего рода «пресс-реквием»	пример
<i>Анекдот</i>	Прибаутка, в основе которой лежит вымышленная или реальная история	
<i>Шутка</i>	Вымысел, служащий развлечению читателей. «Добрый обман», часто используемый журналистами	пример
<i>Игра</i>	Один из методов привлечения внимания читателей к изданию, своего рода пресс-шоу, где обязательно присутствует один или несколько победителей	пример

Практическое занятие № 9-10. Интервью

- 1 Интервью как особый жанр СМИ;
- 2 Специфика интервью на радио, на телевидении и в газете;
- 3 Виды интервью;
- 4 Структура интервью;
- 5 Виды вопросов для интервью;
- 6 Стили общения журналиста и героя интервью.

Задания

- 1 Найдите в газетах и журналах портретные и информационные интервью. В чем их своеобразие? Определите, не выдает ли автор свои суждения за мнение интервьюируемого? Сумел ли журналист «разговорить» собеседника? Какие вопросы интервьюер не задал? О чем спросили бы вы? Логично ли выстроено интервью?
- 2 Определите типические черты характера человека, изображенного на фотографии. Напишите небольшую зарисовку;
- 3 Составьте 10 вопросов для портретного и информационного интервью;
- 4 Найдите в печати примеры интервью, в которых откровенно эксплуатируется массовый тематический репертуар. Как и о чем поговорили бы вы с героями этих же интервью? Удалось бы вам провести беседу иначе?
- 5 Из газет и журналов выберите банальные, некорректные, повторяющиеся вопросы. Составьте список вопросов, которые вы никогда не стали бы задавать людям ни при каких обстоятельствах;

- 6 Подготовьте интервью (тип, структура интервью, выбор темы и собеседника произвольны). Точно определите, кого вы будете опрашивать, учитывайте степень компетенции интервьюируемого, его занятость, количество времени, которое он может уделить для интервью, статус, социально-психологические характеристики группы, к которой он принадлежит, гендерные характеристики. Составьте перечень примерных вопросов, адресованных респонденту, расположите их в логической последовательности;
- 7 Прочитайте и проанализируйте главу из книги М. Лукиной «Технология интервью». Сделайте записи. Придумайте свой вариант к каждому типу вопроса.

Тема №2. Массовая коммуникация

Практическое занятие № 11. Массовая коммуникация

- 1 Понятие «массовая коммуникация»;
- 2 Функции массовой коммуникации в обществе;
- 3 Периодизация и типология исследований эффектов воздействия средств массовой коммуникации;
- 4 Массовая коммуникация и влияние на общественность. Концепции эффектов массовой коммуникации на личность, группу и общество в целом.

Задание

Проанализируйте и законспектируйте работы Г. Лассвела «Структура и функции коммуникации в обществе», П. Лазарсфельда, Р. Мертона «Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие», Д. Маккуэйла «Массовая коммуникация и общественный интерес: к вопросу о социальной теории структуры и функционировании медиа».

Тема № 3. Связи с общественностью в сфере работы с молодежью: сущность и основные направления деятельности

Практическое занятие № 12-13. Связи с общественностью в сфере работы с молодежью: сущность и основные направления деятельности

- 1 Сущность и содержание публич рилейшнз (PR) в сфере работы с молодежью;
- 2 Подразделение PR в функциональной структуре организации;

- 3 Связи с общественностью в молодежной организации. Основные направления деятельности;
- 4 Понятие «общественность»: типология, группы общественности;
- 5 Планирование PR: основные этапы;
- 6 Избирательная кампания;
- 7 Типы массовых кампаний, их принципы и элементы. Особенности и принципы организации избирательной компании;
- 8 Общественное мнение и PR: общественность и ее мнение, суть общественного мнения. Установка и общественное мнение: ориентация, координация, влияние на установки, мотивация изменения установки;
- 9 Изучение общественного мнения в системе PR. Типы PR-исследований. Социологические исследования;
- 10 Этические и правовые регуляторы журналистики и PR-деятельности. Профессиональные нормы и требования, корпоративная деятельность. Международные кодексы и стандарты.

Задания

- 1 Изучите опыт известных PR-компаний, проанализируйте их, подготовьте сообщение;
- 2 Разработайте PR-кампанию организации, продукта, человека;
- 3 Каковы этические нормы журналистики и PR-деятельности? Изучите правовые документы и сделайте записи (статьи закона РФ «О средствах массовой информации»).

Тема № 4. Теория управления публичными реляциями. Основные PR-технологии в сфере работы с молодежью

Практическое занятие № 14-15. Теория управления публичными реляциями. Основные PR-технологии в сфере работы с молодежью

- 1 Теория управления публичными реляциями, составляющие этого процесса.
- 2 PR в кризисных ситуациях: типология кризисов, управление и коммуникация в кризисных ситуациях;
- 3 Лоббизм: суть, легитимность, практика. Методы лоббирования;
- 4 Взаимодействие со СМИ. Средства и формы коммуникации в PR;
- 5 Правила написания пресс-релиза;
- 6 Основные PR-технологии в сфере работы с молодежью;
- 7 Круглый стол;

- 8 День открытых дверей;
- 9 Митинг;
- 10 Выставка;
- 11 Флешмоб;
- 12 Конференция. Пресс-конференция.

Задание

- 1 Напишите пресс-релиз о предстоящем событии;
- 2 Разработайте и проведите флешмоб.

Тема № 16. Публичная речь в системе PR

- 1 Качества хорошей речи;
- 2 Композиция и подготовка речи;
- 3 Основные логические законы в речи (закон тождества, закон непротиворечия, закон исключенного третьего);
- 4 Логические формы (анализ, синтез, сравнение, обобщение) и приемы (индукция, дедукция, аналогия) изложения в речи;
- 5 Типы аргументов в ораторской речи;
- 6 Способы связи речи;
- 7 Неречевые навыки коммуникации.

Задания

- 1 Послушайте парламентские, митинговые речи либо дискуссии участников какой-либо передачи на радио или телевидении. Что вам известно о выступающих (занятия, взгляды, авторитетность)? Внимательно следите за аргументами выступающих. Определите, какие из этих аргументов – аргументы к существу дела, а какие – к человеку (к авторитету, к публике, к личности оппонента), к тщеславию, к жалости. Запишите это выступление и принесите в аудиторию для обсуждения;
- 2 Подготовьте выступление на любую тему, связанную с деятельностью специалиста по связям с общественностью в сфере работы с молодежью. Сознательно выберите один из видов рассуждения (дедукцию, индукцию, сравнение по аналогии), который станет ведущим в сообщении. Воспользуйтесь аргументами к делу или аргументами к человеку. Особое внимание обратите на начало и конец речи.

Тема № 5. Связи с общественностью и реклама. Понятие «бренд». Социальная реклама в работе с молодежью

Практическое занятие № 17-18. Связи с общественностью и реклама. Понятие «бренд». Социальная реклама в работе с молодежью

- 1 Виды и средства рекламы;
- 2 Текстовые, выразительные и оформительские элементы рекламного обращения. Правила написания рекламных текстов;
- 3 Характеристики печатной, телевизионной, аудиорекламы;
- 4 Социальная и политическая реклама. Условия формирования и развития социальной и политической рекламы в современной России;
- 5 Социальная реклама в работе с молодежью;
- 6 Психология рекламы. Понятие целевой аудитории рекламы. Учет психологических факторов при создании рекламных обращений;
- 7 Понятие «бренд».

Задание

- 1 Проанализируйте социальную рекламу, связанную с проблемами молодежи;
- 2 Подготовьте социальную рекламу по молодежным проблемам;
- 3 Составьте рекламный текст (выбор предмета рекламы — на усмотрение студента).

Тема № 6. Пресс-служба и ее деятельность в сфере работы с молодежью

Практическое занятие № 19-20. Пресс-служба и ее деятельность в сфере работы с молодежью

- 1 Пресс-служба: специфика и функции деятельности в сфере работы с молодежью;
- 2 Связи со СМИ. Организация мероприятий для журналистов;
- 3 Информационный спонсоринг (формирование круга «доверенных журналистов»). Мониторинг СМИ;
- 4 Внутренний (корпоративный) PR. Корпоративная пресса;
- 5 Проведение корпоративной вечеринки;
- 6 Подготовка и проведение презентации;
- 7 Создание и поддержка сайта компании.

Задания

- 1 Разработайте схему продвижения в СМИ молодежной организации, мероприятия;
- 2 Выпустите номер корпоративной газеты.

Тема № 7. Имидж и корпоративная культура молодежной организации

Практическое занятие № 21-22. Имидж и корпоративная культура молодежной организации

- 1 Имидж и его природа;
- 2 Создание имиджа молодежной организации;
- 3 Компоненты имиджа человека и фирмы;
- 4 Корпоративная культура молодежной организации;
- 5 Самопрезентация и ее роль в деятельности специалиста по работе молодежью

Задание

- 1 Проанализируйте (письменно) составляющие имиджа известного политика;
- 2 Разработайте имидж молодежной организации (по выбору студента).

Темы контрольных работ

Реферативная часть

- 1 Система журналистских жанров;
- 2 Жанры оперативно-новостной группы. Понятия «новость» и «факт»;
- 3 Аналитические жанры в журналистике;
- 4 Художественно-публицистические жанры в журналистике;
- 5 Интервью как особый жанр журналистики. Виды интервью;
- 6 Характеристика молодежных СМИ современной России;
- 7 Сущность и содержание паблик рилейшнз. Паблик рилейшнз и реклама;
- 8 Подразделение паблик рилейшнз в функциональной структуре организации. Понятие «общественность»: типология, группы общественности;
- 9 Пресс-служба: специфика и функции;
- 10 Внутренний (корпоративный) PR. Корпоративная пресса;
- 11 Правила написания пресс-релиза. Организация митинга;
- 12 Планирование пиар-компаний: основные этапы. Понятие «бренд»;
- 13 Связи со СМИ. Корпоративная пресса. Внутренний PR;
- 14 Имидж и его природа. Создание имиджа. Компоненты имиджа фирмы. Корпоративная культура.

Творческие задания

- 1 Напишите заметку, корреспонденцию и репортаж, в основе которых лежит одно событие. Чем эти жанры отличаются друг от друга;
- 2 Подготовьте интервью (тип, структура интервью, выбор темы и собеседника произвольны). Точно определите, кого вы будете опрашивать, учитывайте степень компетенции интервьюируемого, его занятость, количество времени, которое он может уделить для интервью, статус, социально-психологические характеристики группы, к которой он принадлежит, гендерные характеристики. Составьте перечень примерных вопросов, адресованных респонденту, расположите их в логической последовательности;
- 3 Напишите аналитическую статью на свободную тему;
- 4 Напишите пресс-релиз о предстоящем или прошедшем событии.

Вопросы к экзамену

- 1 Функции и типология СМИ. Понятие «целевая аудитория». Классификация СМИ в зависимости от целевой аудитории;
- 2 Жанрообразующие факторы в СМИ различной типологии;
- 3 Система журналистских жанров;
- 4 Жанры оперативно-новостной группы. Понятия «новость» и «факт»;
- 5 Аналитические жанры в журналистике;
- 6 Художественно-публицистические жанры в журналистике;
- 7 Интервью как особый жанр журналистики. Виды интервью;
- 8 Драматургия интервью;
- 9 Разновидности вопросов для интервью;
- 10 Публицистический стиль речи. Журналистские штампы;
- 11 Понятие «массовый информационный поток»: характеристика, механизм формирования;
- 12 Профессионально-этические аспекты журналистского поведения;
- 13 Основные грамматические и речевые ошибки в публицистических текстах;
- 14 Ораторское искусство: правила организации устного публичного выступления. Неречевые навыки коммуникации. Самопрезентация;
- 15 Характеристика молодежных СМИ современной России;
- 16 Сущность и содержание паблик рилейшнз в сфере работы с молодежью. Паблик рилейшнз и реклама;
- 17 Подразделение паблик рилейшнз в функциональной структуре молодежной организации;
- 18 Понятие «общественность»: типология, группы общественности;
- 19 Пресс-служба в сфере работы с молодежью: специфика и функции;
- 20 Внутренний (корпоративный) PR молодежной организации. Корпоративная пресса;
- 21 Правила написания пресс-релиза. Организация митинга;
- 22 Проведение корпоративной вечеринки. Организация выставки;
- 23 Основные правила проведения пресс-конференции;
- 24 Планирование пиар-компания: основные этапы. Понятие «бренд»;
- 25 Общественное мнение и паблик рилейшнз: общественность и ее мнение, суть общественного мнения. Установка и общественное мнение: ориентация, координация, влияние на установки, мотивация изменения установки;
- 26 Изучение общественного мнения: типы PR-исследований. Социологические исследования;
- 27 Массовая коммуникация и влияние на общественность;
- 28 Теория управления паблик рилейшнз в сфере работы с молодежью, составляющие этого процесса;
- 29 Паблик рилейшнз в кризисных ситуациях: типология кризисов, управление и коммуникация в кризисных ситуациях;
- 30 Лоббизм: суть, легитимность, практика. Методы лоббирования;
- 31 Типы массовых компаний, их принципы и элементы;

- 32 Особенности и принципы организации избирательной компании;
- 33 Связи со СМИ молодежной организации;
- 34 Имидж и его природа. Создание имиджа молодежной организации;
- 35 Компоненты имиджа, корпоративная культура молодежной организации;
- 36 Сущность PR влияющих на сознание людей;
- 37 Понятие «реклама». Виды рекламы. Социальная реклама в сфере работы с молодежью;
- 38 Правила написания рекламных текстов.

Таблица 2 – Система балльно-рейтинговой оценки работы студентов по дисциплине

Наименование	Содержание							
Очная форма обучения								
Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения студентов на первом учебном занятии)	Распределение баллов							
	Вид учебной работы	Посещение лекций	Работа на практических занятиях	Рубежный контроль №1	Рубежный контроль №2	Рубежный контроль №3	Контрольная работа	Экзамен
	Балльная оценка:	до 7	до 33	до 5	до 5	до 5	до 15	До 30
Примечания	7 лекций по 1 баллу	по 1,5 балла за работу на занятии	на 2-й лекции — в форме письменного тестирования	на 5-й лекции — в форме письменного тестирования	на 7-й лекции — в форме письменных ответов на вопрос	по итогам занятий		

Текущий контроль проводится в виде контроля посещения лекций, посещений и ответов на практических занятиях, выполнения контрольной работы:

- выполнение и защита контрольной работы – до 25 баллов;
- посещение лекций – по 1 баллу за лекцию;
- работа на практических занятиях – до 33 баллов;
- экзамен – до 30 баллов.

Для допуска к промежуточной аттестации (зачету) студент должен набрать по итогам текущего и рубежного контроля не менее 50 баллов и должен отвечать на практических занятиях, выполнить контрольную работу.

Для получения зачета «автоматически» студенту необходимо набрать следующее минимальное количество баллов: 61 для получения «автоматически» оценки «удовлетворительно».

По согласованию с преподавателем студенту, набравшему минимум 61 балл, могут быть добавлены дополнительные (бонусные) баллы (за активность на консультациях, активное участие в научной и методической работе, оригинальность принятых решений в ходе выполнения практических работ, за участие в значимых учебных и внеучебных мероприятиях кафедры) и выставлена за экзамен «автоматически» оценка «хорошо» или «отлично».

В случае, если к промежуточной аттестации набрана сумма менее 50 баллов, студенту необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий до конца последней (зачетной) недели

семестра. При этом необходимо проработать материал всех пропущенных занятий.

Формы дополнительных заданий:

ответы на вопросы и выполнение заданий пропущенного практического занятия – до 8 баллов.

Ликвидация академических задолженностей, возникших из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяются преподавателем. Критерии оценки на практическом занятии приведены в таблице 3. Критерии оценки на экзамене приведены в таблице 4. Критерии оценки тестирования по рубежным контролям № 1 и 2 приведены в таблице 5. Критерии оценки ответов на вопросы рубежному контролю № 3 приведены в таблице 6.

Таблица 3 – Критерии оценки на практическом занятии

Критерии оценки ответа	баллы	оценка
Полные ответы, умение рассказать тему своими словами, творческий подход, наличие презентации по теме	1,5	отлично
Достаточно полные ответы, но мало самостоятельности в ответе, отсутствие творческого подхода	1	хорошо
Чтение ответа с листа, мало самостоятельности	0,5	удовлетворительно
Отсутствие ответа или ответ не по теме	0	неудовлетворительно

Таблица 4 – Критерии оценки на экзамене

Критерии оценки ответа	баллы	оценка
Полные ответы на вопросы	91 — 100	отлично
Достаточно полные ответы, но отсутствует знание конкретных примеров, имен, дат	74 — 90	хорошо
Неполные ответы	61 — 73	удовлетворительно
Отсутствие ответа или ответ не по теме, приблизительное знание	60 и менее баллов	неудовлетворительно

Критерии пересчета баллов в традиционную оценку на экзамене

- 60 и менее баллов – неудовлетворительно;
- 61-73 – удовлетворительно;
- 74-90 – хорошо;
- 91-100 – отлично.

Таблица 5 – Критерии оценки тестирования по рубежным контролям № 1 и 2

Процент выполнения тестов	баллы	оценка
100 - 80%	5	отлично
60-79%	4	хорошо
40-59%	3	удовлетворительно
39%	2 и менее баллов	неудовлетворительно

Таблица 6 - Критерии оценки ответов на вопросы рубежному контролю № 3

Критерии оценки ответа	баллы	оценка
Полные ответы на вопросы	5	отлично
Достаточно полные ответы, но отсутствует знание конкретных примеров, имен, дат	4	хорошо
Неполные ответы	3	удовлетворительно
Отсутствие ответа или ответ не по теме, приблизительное знание	2 и менее баллов	неудовлетворительно

Критерии оценки контрольной работы

1 Новизна текста:

- а) актуальность темы исследования;
- б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных);
- в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал;
- г) наличие авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений;
- д) стилевое единство текста, единство жанровых черт;

2 Степень раскрытия сущности вопроса:

- а) соответствие плана теме реферата;
- б) соответствие содержания теме и плану реферата;
- в) полнота и глубина знаний по теме;
- г) обоснованность способов и методов работы с материалом;

д) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме);

3 Обоснованность выбора источников.

оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в том числе журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.);

4 Соблюдение требований к оформлению:

а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы;

б) оценка грамотности и культуры изложения (в том числе орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией;

в) соблюдение требований к объему контрольной работы.

Шкала оценки контрольной работы

Реферативная часть. Максимальное количество баллов данной части — 5.

5 «Отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию контрольной работы: обозначена проблема и обоснована ее актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы;

4 «Хорошо» – основные требования к контрольной работе выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы;

3 «Удовлетворительно» — имеются существенные отступления от требований к реферированию. А именно, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод;

2 и менее баллов «Неудовлетворительно» – тема контрольной работы не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы или реферат студентом не представлен.

Творческие задания. Максимальное количество баллов данной части — 10.

Тема творческого задания выбирается студентом самостоятельно и должна включать актуальную проблему молодежной сферы. В творческом задании студент должен продемонстрировать следующие качества: умение стилистически грамотно излагать свои мысли; умение использовать имеющийся в распоряжении фактический материал: случаи из жизни, наблюдения, разговоры с людьми и др.; умение оформлять текст в соответствии с требованиями избранного жанра: информация, интервью, репортаж, рецензия, аналитическая корреспонденция, зарисовка, эссе, пресс-релиз и др.; заинтересовать потенциального читателя своим текстом.

Таблица 7 – Критерии оценки творческого задания

Критерии оценки	Баллы
Фактическая, грамматическая, пунктуационная, орфографическая, стилистическая грамотность	Максимальное количество баллов — 3
Работа не содержит ошибок или содержит не более 1 фактической, 1 грамматической, 1 пунктуационной, 1 орфографической, 1 стилистической ошибки. Допускается 1-2 речевых недочета	3
Работа содержит не более 2 орфографических и 2 пунктуационных ошибок, или 1 орфографическую и 3 пунктуационных ошибки, или 4 пунктуационных ошибки при отсутствии орфографических, а также не более 2 грамматических ошибок. Допускается не более 4 речевых недочетов	2
Работа содержит не более 4 орфографических и 4 пунктуационных ошибок, или 3 орфографических ошибок и 5 пунктуационных ошибок при отсутствии орфографических, а также не более 4 грамматических ошибок. Допускается не более 5 речевых недочетов	1
Имеется превышение допустимого количества ошибок, обозначенных в пункте «в»	0
Оригинальность и полнота раскрытия темы	Максимальное количество баллов — 3
Проблема поставлена оригинально, тема раскрыта	5
Оригинально поставлена проблема, но тема раскрыта не полностью	4
Текст банален, не выходит за рамки расхожих понятий, но тема раскрыта	2-3
Тема не раскрыта	0-1
Авторская позиция	Максимальное количество баллов — 2
Личностная позиция выражена и аргументирована	2
Личностная позиция выражена, но не аргументирована или аргументы противоречивы	1
Личностная позиция не выражена	0
Индивидуальный стиль автора	Максимальное количество баллов — 2
Автор демонстрирует оригинальную манеру письма, стилистическую грамотность, чувство языка	2
Автор использует выразительные средства не всегда удачно, в работе есть штампы	1
Работа имеет шаблонный характер, отличается бедностью словаря	0

Список литературы

Основная литература

- 1 Баева О. А. Ораторское искусство и деловое общение. — Минск : Новое знание, 1999. — 327 с.
- 2 Королько В. Основы публичной речи. — М., 2000.
- 3 Корконосенко С. Г. Основы журналистики : учебник для вузов. — М. : Аспект Пресс, 2002.
- 4 Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста : учебник для вузов. — М. : Аспект Пресс, 2001.
- 5 Лукина М. Технология интервью : учеб. Пособие для вузов. — М. : Аспект Пресс, 2005.
- 6 Почепцов Г. Г. Публичная речь для профессионалов. 2-е изд., испр. — М. : Рефл-бук, 2001.
- 7 Почепцов Г. Г. Имиджелогия. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Рефл-бук, К : Ваклер, 2001.
- 8 Тертычный А. А. Аналитическая журналистика. — М., 1998.
- 9 Тертычный А. А. Жанры периодической печати. — М. : Аспект Пресс, 2000.

Дополнительная литература

- 1 Белановский С. А. Методика и техника фокусированного интервью. — М., 1993.
- 2 Блэк С. Публичная речь. Что это такое? — М. : Изд-во «Новости», 1990.
- 3 Богачева О. С. Продажа рекламной площади в газете. — М., 2002.
- 4 Бове К., Аренс У. Современная реклама. — М., 1995.
- 5 Бортник Е. М. Управление связями с общественностью : уч. пос. для вузов. — М : ФБК-Пресс, 2002.
- 6 Боронова Т. А. Современный рекламный менеджмент. — М., 2002.
- 7 Бредемайер К. Черная риторика. — Москва : Альпина, 2004. — 222 с.
- 8 Ворошилов В. В. маркетинговые коммуникации в журналистике. — СПб., 2000.
- 9 Викентьев И. Л. Приемы рекламы и PR. — Ростов н/Д., 1998.
- 10 Викентьев И. Л. 17 учебных задач по рекламе и public relation. — М. : «Триз-шанс», 1994.
- 11 Дерябо С., Ясвин В. Гроссмейстер общения. Иллюстрированный самоучитель психологического мастерства. — М. : Смысл; Раритет, 1998. — 192 с.
- 12 Дикинсон С. Презентация. Технология успеха. — М. : Олимп-бизнес, 2003. — 246 с.
- 13 Егоров В. В. Телевидение между прошлым и будущим. — М., 1999.
- 14 Желязны Д. Бизнес-презентация. Руководство по подготовке и проведению. М. : Институт комплексных стратегических исследований, 2004. — 144 с.

- 15 Иванченко Г.В. Реальность паблик рилейшенз. — М. : Смысл, 1999.
- 16 Искусство разговаривать и получать информацию. — М., 1993.
- 17 Картер Г. Эффективная реклама. — М., 1998.
- 18 Катернюк А. В. Рекламные технологии: коммерческая реклама : учеб. пособие. — Ростов н/Д. : Феникс, 2001.
- 19 Кеварков В. В. Слоган. Практическое руководство. — М. : РИП-холдинг, 2003.
- 20 Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения. — СПб., 2001.
- 21 Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно. — СПб., 1999.
- 22 Котлер Ф. Основы маркетинга : пер с англ. — М. : Прогресс, 1993.
- 23 Кромптон А. Мастерская рекламного текста. — М. : Изд. Дом «Довгань», 1998.
- 24 Крылов И. В. Теория и практика рекламы в России. — М., 1996.
- 25 Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. — М., 2000.
- 26 Кузнецов Г. В. ТВ-журналистика : критерии профессионализма. — М., 2003.
- 27 Кузнецов Г. В. ТВ-журналист. — М., 1980.
- 28 Кэрролл В. М. Новости на ТВ. — М., 2000.
- 29 Макашина Л. П. Русская реклама. Отечественная практика. (1703-1918) : уч. пос. — Екатеринбург : Изд-во УрГУ, 1995.
- 30 Макашина Л. П. Русская реклама. Отечественная практика (1703-1918): Учеб. пособие. — Екатеринбург : Изд-во УрГУ, 1995.
- 31 Мастерство эфирного выступления : учеб. пособие. — М., 1994.
- 32 Моисеев В. А. Паблик рилейшнз — средство социальной коммуникации. (теория и практика). — К. : Дакор., 2002.
- 33 Морозова И. Слагая слоганы. — М. : РИП-Холдинг, 2001.
- 34 Муратов С. А. Диалог. Телевизионное общение в кадре и за кадром. — М., 1983.
- 35 Муратов С. А. Нравственные принципы тележурналистики : опыт этического кодекса. — М., 1997.
- 36 Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию исследования. — М. : «Аванти плюс», 2003.
- 37 Нордстрем Кьелл, Ридерстрале Йонас. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта / пер с англ. — Финляндия, 2000. — 280 с.
- 38 Панкратов Ф. Г., Серегина Т. К. Рекламная деятельность. — М., 1998.
- 39 Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. — СПб. : Общество «Знание», 1999. — 494 с.
- 40 Пашенцев Е. Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. — М. : Финпресс, 2002.
- 41 Полукаров В. П. Телерадиореклама. — М., 1998.
- 42 Почепцов Г. Психологические войны. — М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2000.

- 43 Почепцов Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением — М : Центр, 1998.
- 44 Розенталь Д. Э. Справочник по русскому языку. Практическая стилистика. — М. : Издательский дом «ОНИКС 21 век» : мир и образование, 2001.
- 45 Серегина Т. К., Титкова Л. М. Реклама в бизнесе : учеб. пособие. — М., 1996.
- 46 Система средств массовой информации России : учебное пособие для вузов / под. ред. Я. Н. Засурского. — М., 2003.
- 47 Смирнов В. В. Жанры радиожурналистики. — М., 2002.
- 48 Телевизионная журналистика / под ред. Г. В. Кузнецова, В. Л. Цвика, А. Я. Юровского. — М., 2002.
- 49 Траут Дж. Большие бренды — большие проблемы. Учитесь на чужих ошибках. — СПб. : Питер, 2002. — 238 с.
- 50 Уткин Э. А., Кочеткова А. А. Рекламное дело. — М., 1999.
- 51 Ученова В. В. Реклама: палитра жанров. — М., 2001.
- 52 Ученова В. В., Старых Н. В. История рекламы. Метаморфозы рекламного образа. — М., 1999.
- 53 Фосис П. 30 минут до презентации. — М. : Лори, 2000. — 80 с.
- 54 Харрис Г., Харрис Дж. Как заставить говорить о вашем деле : 101 простой и недорогой способ продвинуть свой бизнес : пер с англ. — М. : Финансы и статистика, 2000. — 144 с.
- 55 Хофф Рон. Я вижу вас голыми : как подготовиться к презентации и с блеском ее провести / пер. с англ. А. Д. Филиппова. Кризис-менеджмент. — М. : Изд-во «Soleans print studio», 1998. — 68 с.
- 56 Хромов Л. Н. Рекламная деятельность : искусства, теория, практика. Настольная книга делового менеджера и бизнесмена. — Петрозаводск : АО «Фолиум», 1994.
- 57 Цвик В. Л. Введение в журналистику. — М. : Изд-во МНЭПУ. 1997.
- 58 Цвик В. Л. Журналист с микрофоном. — М. : Изд-во ДИДМНЭПУ, 2000.
- 59 Чармэссон Г. Торговая марка : как создать имя, которое принесет миллионы. — СПб. : Питер, 1999. — 224 с.
- 60 Черникова Е. В. Основы творческой деятельности журналиста : учебное пособие. — М. : Гардарики, 2005.
- 61 Шум Ю. Журналистское расследование : от теории к практике. — М., «Галере», 2002.
- 62 Энкельманн Николаус. Власть мотивации. ХАРИЗМА, личность, успех. — М. : Интерэксперт, 2001. — 272 с.
- 63 Ярошенко В. Н. Информационные жанры радиожурналистикн. — М. : Искусство, 1976.

Хомутникова Елена Анатольевна

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ

Методические рекомендации
к практическим занятиям
для студентов очной формы обучения
39.03.03 – «Организация работы с молодежью»,
направленность
«Организация работы с молодежью»

Редактор Л.С. Иванова

Подписано в печать 07.06.17	Формат 60x84 1/16	Бумага 65 г/м ²
Печать цифровая	Усл.печ.л. 2,0	Уч.-изд.л. 2,0
Заказ №99	Тираж 25	Не для продажи

БИЦ Курганского государственного университета.
640020, г. Курган, ул. Советская, 63/4.
Курганский государственный университет.