

**СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
В СФЕРЕ
МЕЖДУНАРОДНЫХ
ОТНОШЕНИЙ**

**Профессиональная магистерская
программа**

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Миссия программы

- Цель – подготовка специалистов-практиков для работы в сфере связей с общественностью в следующих областях:
- международные некоммерческие организации
- международный бизнес
- внешнеполитические структуры
- Основной контингент абитуриентов:
- бакалавры международных отношений
- бакалавры в области связей с общественностью
- Ключевое требование при поступлении:
Свободное владение английским языком

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Конкурентные
преимущества
программы

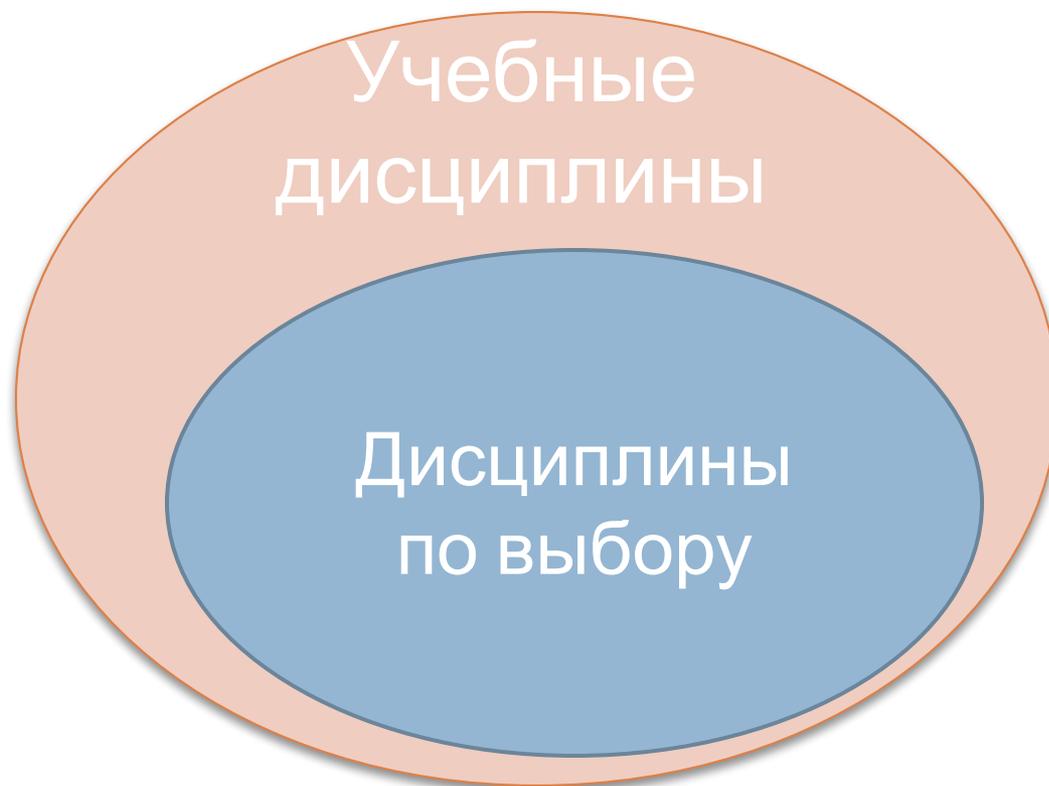
- Программа предполагает осуществление творческой подготовки экспертов, нацеленных на реализацию карьеры в сфере международного PR, владеющих современными знаниями проблематики международных отношений/ мировой политики и связей с общественностью, способных квалифицированно вести профессиональную деятельность на русском и на английском языках.



□ **Мастер-класс**

□ **Практика**

Вариативная часть модулей



Модуль С1: обязательные учебные дисциплины

Мастер-класс

- Медиарилейшнз в структуре PR

Мастер-класс

- Организация работы пресс-служб: международный опыт"

Практика

- Ознакомительная практика

Модуль С1: вариативная часть



Модуль С2: обязательные учебные дисциплины

Мастер-класс

- PR-текст в публичной коммуникации: технология создания

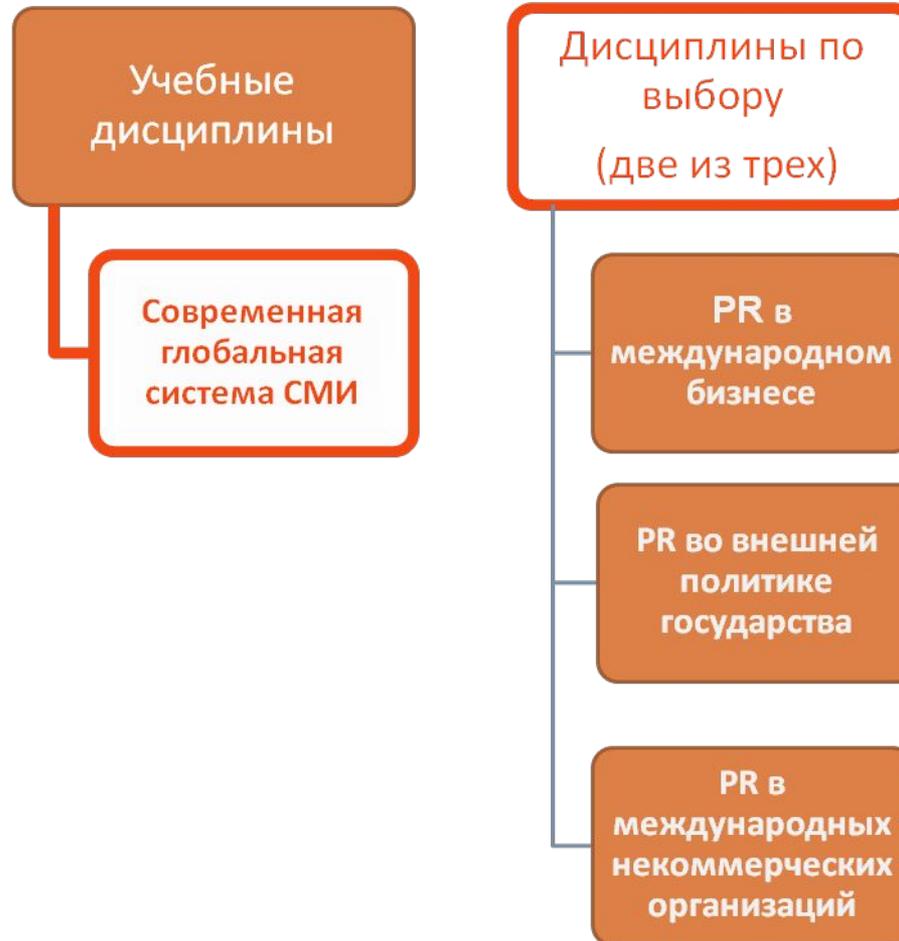
Мастер-класс

- Подготовка PR-текста (на английском языке).

Практика

- Производственная практика

Модуль С2: вариативная часть



Модуль С3: обязательные учебные дисциплины

Мастер-класс

- Современные технологии связей с общественностью

Мастер-класс

- Информационное сопровождение специальных мероприятий международного уровня

Мастер-класс

Территориальный брендинг
и PR

Модуль С3: вариативная часть



Модуль С4

Обязательные
дисциплины

Итоговая
аттестация

Производственная
(преддипломная)
практика

Защита
магистерской
диссертации

Зачетные единицы

С1,С2.С3,С4
120 зач.единиц

С1 - 30

С2 - 30

С3 - 30

С4 -30

Медиарилейшнз и ньюсмейкинг в структуре PR

- **Организация работы со средствами массовой информации разных типов. Специфика информирования СМИ о деятельности субъекта PR (международных организаций, правительственных структур, государственных органов). Мероприятия, организуемые для журналистов (брифинги, пресс-конференции, презентации, пресс-туры). Коммуникационный аудит и мониторинг российских и зарубежных СМИ.**
- **Новость и информационный повод – ключевые понятия ньюсмейкинга. Основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений. Работа с информационным поводом. Управление информацией и спин-докторинг. Приемы сегментирования информации. Информационное партнерство. Представление событий для групп целевой общественности в оптимизированном виде, коррекция информационных поводов в кризисных ситуациях (менеджмент новостей).**

PR-текст в публичной коммуникации: технология создания»

- **Определение понятия «PR-текст». Типология «PR-текстов». Базисные и смежные. Первичные и PR-медиа тексты (имиджевая статья. Имиджевое интервью, кейс-стори). Жанрообразующие признаки PR-текста. Простые оперативно-новостные (пресс-релиз, приглашение), исследовательско-новостные (бэкграундер, лист вопросов-ответов), фактологические (факт-лист, биография), исследовательские (заявление для СМИ), образно-новостные (байлайнер, поздравление, письмо). Комбинированные (пресс-кит, информационный пакет, представительское и здание, корпоративное издание, листовка). Смежные тексты (слоган, резюме, пресс-ревью). Этапы создания текстов.**
- **Структура устного и письменного текста. Копирайтинг, спичрайтинг. Спичрайтерский текст, основные характеристики. Виды речи: информационная, убеждающая, специальная (протокольная, приветственная, торжественная). Специфика и этапы подготовки публичной речи. Техника исполнения публичной речи (вербальные и невербальные компоненты).**
- **Анализ письменных и устных PR-текстов из сферы международных отношений.**

Современные технологии связей с общественностью

- **Новые технологии информационного и устроительного PR. Мобильный маркетинг. Блоггинг. Флэш-моб. Рoad-шоу. Веб-презенс (наполнение, стиль ведения, сопровождение). Оффлайн-мероприятия. Организация сообщества в Интернет. Функционирование корпоративных СМИ, организации и поддержание корпоративного сайта.**

Информационное сопровождение специальных мероприятий международного уровня

- **Мероприятия для внешней общественности (презентации, приемы, церемонии открытия, выставки, экспозиции). Информационные мероприятия (форумы, симпозиумы, встречи на высшем уровне, круглые столы). Развлекательные мероприятия (праздники, концерты, фестивали, Дни).**

Организация работы пресс-служб: международный опыт

- **Принципы работы. Открытость деятельность и правительственных структур**
- **Условия предоставления информации. Цели и задачи работы пресс-службы. Структура пресс-службы (виды). Полномочия и координация деятельности сотрудников пресс-служб. Функции пресс-секретаря. Направления деятельности. Формы организации работы с разными сегментами общественности, со СМИ. Организация и проведение международных PR-кампаний.**
- **Работа пресс-службы в кризисной ситуации.**

Территориальный брендинг и PR

- **Глобальный и локальный имидж. Взаимосвязь глобализации и регионализации. Участие территории в глобальных политико-экономических и социально-политических процессах и проблема определения черт и характеристик, отражающих ее индивидуальность и преимущества в современном разделении труда. Степень привлекательности пространственно-территориального образования для развития сотрудничества, в том числе в области инвестиций, торговли, туризма. Разработка технологий управления брендом территориального объединения.**