

## ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

### Тема 1. Основные составляющие медиа-рилейшнз

1. Базовые понятия медиа-рилейшнз.
2. Формальная и неформальная работа со СМИ.
3. Выстраивание отношений с журналистами.
4. Процесс подачи новостей и актуальность новости.
5. Преодоление негативизма со стороны СМИ.

### Вопросы для подготовки

1. Что означает понятие «медиа-рилейшнз»?
2. В чем важность контактов организации со СМИ?
3. Как осуществляется информационный контроль со стороны организации?
4. Что такое медийный образ организации?
5. С чего начинается создание медийного образа?
6. Какова типология СМИ?
7. Каковы достоинства и недостатки печатных, электронных и Интернет-СМИ?
8. По каким субъективным критериям характеризуются СМИ?
9. Вспомните, из каких частей состоит коммуникационный акт?
10. Разъясните понятия «коммуникатор», «аудитория» и «эффективность масс-медиа».
11. Каковы составляющие медиа-рилейшнз как процесса управления информацией?
12. Какие «зоны разрыва» существуют между СМИ и СО?
13. Что означают понятия «формальная» и «неформальная» работа со СМИ?
14. Какова главная цель установления доверительных отношений со СМИ?
15. Какие существуют основные варианты привлечения журналистов для создания доверительных отношений?
16. В чем заключаются недостатки заказных материалов для СМИ?
17. Что такое «информационный повод»? По каким критериям его можно отнести к значимым?
18. Каковы возможные варианты тем новостей?
19. Какие существуют критерии актуальности новостей?
20. Как должен быть организован процесс подачи новостей?

21. Какой стиль отношений со СМИ является наиболее предпочтительным?
22. Какие существуют средства борьбы с негативизмом СМИ?

### **Основная литература**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшенз. – М., 2007. – С. 5-56.
2. Коппероуд Р., Нельсон Р. П. Как преподносить новости. – М., 1998.
3. Чумиков А.Н. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры: Учебное пособие – М., 2009. – с. 193-257.

### **Дополнительная литература**

1. Доти Д. Паблицити и паблик релейшенз – М., 1996.
2. Мэтис М. Накорми зверя по имени «медиа» - М., 2005.
3. Ворошилов В.В. Журналистика и бизнес: реклама и «паблик релейшенз» в структуре массовой информации. – СПб., 1997.
4. Алексеева М.И., Болотова Л.Д., Вартанова Л.Е. и др. Средства массовой информации современной России: Учебное пособие для студентов вузов. – М., 2006.
5. Блэк С. Паблик релейшенз. Международная практика. – М., 1997.
6. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба. – СПб, 2005.
7. Гундарин М.В. Книга руководителя PR-отдела. – СПб, 2006.

## **Тема 2. Структура и функции пресс-службы**

1. Назначение пресс-службы.
2. Состав пресс-службы
3. Место пресс-службы в организации.
4. Обязанности пресс-секретаря.
5. Направления деятельности пресс-службы.

### **Вопросы для подготовки**

1. Какова роль пресс-службы в структуре организации?
2. При каких условиях пресс-служба может входить в состав PR-отдела?
3. По каким причинам пресс-служба может создаваться в качестве самостоятельного отделения?
4. Кем в организации помимо пресс-службы могут выполняться связи со СМИ?

5. Каков оптимальный состав пресс-службы?
6. В чем различие между пресс-службой и пресс-центром?
7. Каковы две главные стратегические задачи пресс-службы, и каковы пути их решения?
8. Что такое «субпресс-центр», и какие обязанности выполняет пресс-атташе?
9. Какие условия необходимы для нормального функционирования пресс-службы?
10. Какие группы входят в пресс-службы крупных организаций?
11. Какие три функции реализует в своей работе пресс-секретарь?
12. Каковы принципы деятельности пресс-секретаря?
13. Почему спичрайтинг является особой задачей для пресс-секретаря?
14. Что такое аккредитация журналистов и каков её порядок?
15. Каковы задачи аналитического, креативного и организационного направлений в пресс-службе?
16. Каковы особенности деятельности пресс-служб в органах государственного управления?
17. Какие задачи стоят перед пресс-службами в коммерческих структурах?

### **Основная литература**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшенз. – М., 2007. – С. 57-77.
2. Ворошилов В.В. Журналистика и бизнес: реклама и «паблик рилейшенз» в структуре массовой информации. – СПб., 1997.
3. Левченко А.Е. Формы и методы воздействия СМИ на общественное сознание. - <http://www.pr-club.com>

### **Дополнительная литература**

1. Антипов К., Баженов Ю. PR для коммерсантов. - М, 2000.
2. Алёшина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров. Учебник. - М, 2002.
3. Невзлин Л.Г. Паблик Рилейшнз. - М., 1993.
4. Бекетов, А., Игнатьев Д. Настольная энциклопедия Public Relations. – М., 2005.
5. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба. – СПб, 2005.
6. Гундарин М.В. Книга руководителя PR-отдела. – СПб, 2006.

### **Тема 3. Аналитический аспект работы пресс-службы**

1. Составление карты СМИ.
2. Мониторинг материалов СМИ.
3. Формы и методы мониторинга.

### **Вопросы для подготовки**

1. Какие материалы необходимы для нормального функционирования пресс-службы?
2. Каковы составляющие базы данных СМИ?
3. Каков состав информационного пакета об организации и об её руководстве?
4. Что входит в состав информационной карты СМИ?
5. Каковы задачи мониторинга СМИ?
6. Какие существуют формы и методы мониторинга СМИ?
7. Какие показатели необходимо отслеживать в ходе мониторинга?
8. Каковы функции и задачи информационного аудита?
9. Охарактеризуйте три формы отчетов по еженедельному мониторингу.
10. Охарактеризуйте типы аналитических продуктов, используемые пресс-службой.
11. Какие существуют способы углубленного исследования медиапространства?
12. Как осуществляется планирование и программирование деятельности пресс-службы?

### **Основная литература**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшенз. – М., 2007. – с. 57-93.
2. Ворошилов В.В. Журналистика и бизнес: реклама и «публик рилейшенз» в структуре массовой информации. – СПб., 1997.
3. Левченко А.Е. Формы и методы воздействия СМИ на общественное сознание. - <http://www.pr-club.com>

### **Дополнительная литература**

1. Антипов К., Баженов Ю. PR для коммерсантов. - М, 2000.
2. Алёшина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров. Учебник. - М, 2002.
3. Комаровский В.С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении. - М, 2001.
4. Невзлин Л.Г. Паблик Рилейшнз. - М., 1993.

5. Бекетов, А., Игнатъев Д. Настольная энциклопедия Public Relations. – М., 2005.
6. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба. – СПб, 2005.
7. Гундарин М.В. Книга руководителя PR-отдела. – СПб, 2006. – С. 78-94.

#### **Тема 4. Креативный аспект работы пресс-службы**

1. Формирование журналистского сообщества
2. Информационные мероприятия для журналистов.
3. Имиджевые и специальные мероприятия для журналистов.
4. Информационные поводы и управление потоками информации.

#### **Вопросы для подготовки**

1. По каким принципам происходит формирование журналистского сообщества?
2. Что такое процесс аккредитации журналистов и для чего он нужен?
3. Какие права предоставляет аккредитация?
4. Какие существуют информационные поводы?
5. Какими путями направляются информационные потоки?
6. Какие существуют механизмы создания информационных поводов?
7. Каковы критерии актуальности новостей?
8. Какие события заведомо не являются информационными поводами?
9. Как осуществляется прикрепление информационных поводов к общезначимым событиям?
10. Как создаются информационные поводы в кризисных условиях?
11. Каковы особенности информационных поводов в политике и государственном управлении?
12. В чем состоят преимущества комментария по сравнению с другими формами общения с прессой?
13. На какие группы делятся комментарии?
14. Каковы стратегическая и тактическая составляющие подготовки комментария?
15. В каких случаях оправдана постоянная рассылка комментариев?
16. Каковы особенности комментариев во время кризиса?
17. Какие особенности имеет метод организованной утечки информации?
18. В каких случаях метод организованной утечки информации наиболее эффективен?

#### **Основная литература**

1. Гундарин М.В. Книга руководителя PR-отдела. – СПб, 2006. – с.

2. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшенз. – М., 2007. – С.94-135.
3. Катлип, Скотт, М., Сентер, Ален, Х., Брум, Глен, М. Паблик релейшенз. Теория и практика. – М., 2005.

#### **Дополнительная литература**

1. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. Серия «Современные консалтинговые технологии». – М., 2002.
2. Почепцов Г.Г. Паблик релейшенз, или Как успешно управлять общественным мнением. – М., 2004.
3. Тикер Э. Паблик релейшенз. – М., 2005.
4. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. – М., 1999.

#### **Тема 5. Организационный аспект работы пресс-службы**

1. Имиджевые мероприятия
2. Специальные мероприятия.
3. Пресс-конференция как основное мероприятие для журналистов.

#### **Вопросы для подготовки**

1. Какие существуют имиджевые мероприятия и для чего они предназначены?
2. Что такое специальные мероприятия?
3. Как организуются пресс-туры?
4. Что такое пресс-ланч?
5. Каким образом устраиваются пресс-прием?
6. В чем главное отличие брифинга от пресс-конференции?
7. Что является значимым информационным поводом для пресс-конференции?
8. Где и когда лучше всего проводить пресс-конференцию?
9. Из чего состоит подготовительный этап пресс-конференции?
10. Какая подготовительная работа осуществляется в день пресс-конференции?
11. Из каких этапов состоит пресс-конференция?
12. Как анализировать результаты пресс-конференции?

#### **Основная литература**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшенз. – М., 2007. – С.165-228.
2. Катлип, Скотт, М., Сентер, Ален, Х., Брум, Глен, М. Паблик релейшенз. Теория и практика. – М., 2005.

### **Дополнительная литература**

1. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. Серия «Современные консалтинговые технологии». – М., 2002.
2. Почепцов Г.Г. Паблик релейшенз, или Как успешно управлять общественным мнением. – М., 2004.

## **Тема 6. Основы медиапланирования**

1. Предмет и компоненты медиапланирования.
2. Составляющие медиаплана.
3. Маркетинговые характеристики объекта и их влияние на медиаплан.
4. Целевые сегменты рынка и их соответствие рынку СМИ.
5. Медиамикс.

### **Вопросы для обсуждения**

1. Что является главным предметом медиапланирования?
2. Охарактеризуйте три основных компонента процесса медиапланирования.
3. Как определяются цели медиапланирования?
4. Какие существуют разновидности медиаплана?
5. Как формируется стратегия медиапланирования?
6. Как осуществляется выбор тактики при медиапланировании?
7. Каковы общие требования, предъявляемые к медиаплану?
8. Охарактеризуйте пять составляющих медиаплана.
9. Какие характеристики объекта необходимо учитывать при медиапланировании?
10. Каковы основные каналы распространения, учитываемые при создании медиаплана?
11. Каким образом стратегия управления компанией и корпоративный имидж влияют на структуру медиаплана?
12. Какие факторы внешней среды оказывают воздействие на структуру медиаплана?
13. Каким образом осуществляется сегментирование рынка по демографическому принципу?

14. Каковы составляющие социопсихологического сегмента рынка?
15. Охарактеризуйте четыре уровня, на которых осуществляется сегментирование рынка по степени использования предлагаемого продукта.
16. Как определяется соответствие целевых сегментов рынка возможностям выбранных СМИ?
17. Какие параметры влияют на структуру СМИ, используемых в медиакампании?
18. Каким образом осуществляется измерение радио- и телеаудитории?
19. Какие маркетинговые характеристики объекта влияют на выбор СМИ?
20. Каким образом определяется рейтинг СМИ?
21. Определите понятие «выход СМИ».
22. Что означает понятие «число контактов СМИ».
23. Каким образом вычисляется охват СМИ?
24. Как определяется эффективный охват групп СМИ?
25. Каким образом осуществляется вычисление «доли голоса» на рынке СМИ?
26. Каким образом оценивается эффективность медиаплана?

### **Основная литература**

1. Кочеткова А. В. Медиапланирование. - М., 2003.
2. Евстафьев В.А., Яссонов В.Н. Введение в медиапланирование. - М., 2001.
3. Рязанов Ю., Шматов Г. Медиапланирование. – Екатеринбург, 2002. – с. 49-78.

### **Дополнительная литература**

1. Балабанов А. В. Занимательное медиапланирование. – М., 2000.
2. Назейкин А.Н. Медиапланирование на 100%. – М., 2005.
3. Бузин В.Н., Бузина Т.С. Медиапланирование для практиков. – М., 2006.
4. . Основы медиапланирования: эвристический подход. – Екатеринбург, 2007.

### **Тема 7. Практикум по написанию текстов**

Напишите на основе следующих газетных сообщений новостные пресс-релизы.



### **Nord Stream разливается по Европе**

Сегодня в Кремле в присутствии президента России Владимира Путина и премьер-министра Нидерландов Яна Петера Балкененде ожидается подписание соглашения о присоединении газовой компании Gasunie к проекту Nord Stream стоимостью €5 млрд. Это будет четвертый и последний участник проекта, который должен дать "Газпрому" не столько инвестиции, сколько политические гарантии реализации самого дорогого проекта по строительству газопроводов в Европе. Впрочем, проект набирает популярность: в пятницу о планах по строительству отвода от Nord Stream объявила Чехия.

Вчера в Москву прибыл премьер-министр Нидерландов Ян Петер Балкененде. Вместе с ним приехала внушительная делегация бизнесменов. Сегодня утром голландский премьер проведет переговоры в Кремле, а после обеда примет участие в бизнес-форуме представителей российского и нидерландского бизнеса и обсудит стратегические планы и проекты. В ходе встречи с Владимиром Путиным, рассказал Ё источник, близкий к акционерам Nord Stream AG, планируется подписать соглашение о присоединении голландской компании Gasunie к проекту. В пресс-службе Gasunie вчера подтвердили, что подписание документов запланировано на 6 ноября и что "условия вхождения компании в проект не должны принципиально измениться".

Эксперты считают, что таким образом Россия в лице "Газпрома" решает политические проблемы, стоящие на пути реализации проекта. Директор американского агентства East European Gas Analysis Михаил Корчемкин называет Gasunie политическим союзником российской газовой монополии. «Газпрому» важно ускорить процесс получения разрешений, и Нидерланды могут оказать в этом большую помощь», - говорит эксперт. Екатерина Кравченко из "Брокеркредитсервиса" отмечает, что четвертый участник проекта - это прежде всего дополнительная гарантия выхода "Газпрома" на рынки конечных потребителей ЕС.

Заместитель главы департамента по информационной политике "Газпрома" Сергей Куприянов подтвердил, что подключение Gasunie повышает уровень Nord Stream с двустороннего российско-германского проекта до панъевропейского.

Nord Stream является совместным проектом российского "Газпрома" (51% акций оператора проекта) и немецких BASF и E.ON (по 24,5% акций). К 1 октября 2010 года по дну Балтийского моря от российского Выборга до немецкого Грейфсвальда должна быть проложена первая труба мощностью 27,5 млрд. кубометров газа в год, вторая - в 2012 году. В Нидерланды газ будет поставляться по газовой системе Германии.

5 ноября 2006 года председатель правления "Газпрома" Алексей Миллер и президент Gasunie Марсел Крамер уже подписывали рамочный меморандум о взаимном участии компаний в проектах Nord Stream и Balgzand Bacton Line (BBL, газопровод мощностью 20 млрд. кубометров, соединяющий Нидерланды

с Великобританией). Согласно меморандуму, Gasunie получит 9% акций в Nord Stream AG за счет снижения долей E.ON (см. интервью с председателем правления E.ON Вульфом Бернотатом на с. 20) и BASF с 24,5% до 20% акций. В свою очередь, год назад "Газпром" рассчитывал получить в обмен на вхождение Gasunie в проект Nord Stream 9% акций BBL (стоимость всего BBL - €600 млн.) и €450 млн. живыми деньгами. Вчера источник, близкий к нидерландской делегации, подтвердил Ъ, что Gasunie собирается предложить "отлично оснащенную" транспортную систему с центром в Нидерландах и поискать вместе с "Газпромом" возможности для обмена миноритарными пакетами акций инфраструктурных газовых проектов. Однако источник Ъ в "Газпроме" уточнил, что речь в соглашении идет о денежном эквиваленте, но при этом затруднился сказать, сохраняется ли предложение по BBL.

N.V. Nederlandse Gasunie специализируется на хранении и транспортировке газа. Протяженность газопроводов достигает 12 тыс. км. Мощности ПХГ составляют 1,1 млрд. кубометров. Объем транзита газа в 2006 году компанией составил 95 млрд. кубометров, доход превысил \$1,25 млрд.

Зато крупнейшая энергокомпания Нидерландов Essent намерена предложить "Газпрому" построить на паритетных началах терминал по приему сжиженного газа в Эмсхавене (Нидерланды) и ряд газовых ТЭЦ в странах Бенилюкса и Германии. Об этом Ъ сообщил источник, близкий к делегации Нидерландов. В "Газпроме" сообщили Ъ, что внимательно отнесутся к такому предложению.

Фактически речь идет о крупной пакетной сделке, в которой принимает участие не только Gasunie, но и целый ряд голландских компаний. В обмен на допуск голландцев к проекту Nord Stream они готовы предложить "Газпрому" участие во внутриевропейских инфраструктурных проектах, куда Евросоюз крайне неохотно пускает российский концерн.

Отметим, что голландцы не смогут получать газ из Nord Stream напрямую - им придется воспользоваться газотранспортной системой Германии и затем Нидерландов. Аналогичную схему решили применить чехи, выразив на прошлой неделе беспокойство по поводу обеспечения страны газом. В результате немецкая компания RWE уже объявила о своих планах постройки газопровода между горами Крконоше в Чехии и немецким городом Вайдхаус. Он должен примыкать к газопроводу OPAL, немецкому отводу от Nord Stream. Для прокладки газопровода рассматриваются возможные маршруты - в районе городов Усти-над-Лабем, Карловы Вары, Пльзень и в районе Центральной Богемии. Зампредправления "Газпрома" Александр Медведев, в свою очередь, также пообещал удовлетворить потребности чехов в газе, как только завершится строительство Nord Stream. Сторонников у этого проекта становится больше.

Наталья Гриб, Ольга Мордюшенко, "Коммерсантъ" № 203(3779) от 06.11.2007

### **«Норникель» планирует продать 3,9% своих акций**

Вчера, 5 ноября, ГМК «Норильский никель» объявила, что не будет погашать 3,9% своих казначейских акций. Вместо этого она уже в ближайшее время собирается продать бумаги, чтобы изыскать деньги для погашения части своей задолженности, пишет РБКdaily.

Рыночная стоимость бумаг на момент появления сообщения составляла почти \$2,5 млрд. Однако после публикации котировки акций «Норникеля» стремительно пошли вниз. Вчера же, 5 ноября, «Норникель» ошеломил рынок, объявив об отказе от погашения казначейских акций. Как говорится в сообщении ГМК, совет директоров решил не созывать собрание акционеров для аннулирования этих акций и уменьшения уставного капитала. Ожидается, что компания продаст бумаги не позднее 17 декабря, для того чтобы соответствовать требованиям российского законодательства. Точное время продажи акций будет зависеть от рыночной конъюнктуры и других условий, отмечается в сообщении. Директор департамента по работе с инвесторами ГМК Дмитрий Усанов объясняет это решение тем, что компании нужны средства для покрытия долга, который на данный момент составляет около \$7 млрд. На момент объявления о судьбе казначейских акций рыночная стоимость этого пакета составляла почти \$2,5 млрд.

Как и кому будут продаваться акции, в ГМК не говорят, поясняя лишь, что продажа будет осуществляться в соответствии с законом об АО. Согласно его положениям казначейские акции должны быть реализованы по цене не ниже рыночной не позднее одного года с момента их приобретения.

Справка. ГМК «Норильский никель» — крупнейший в мире производитель никеля и металлов платиновой группы. Выручка компании в 2006 г. по МСФО выросла на 61%, до \$11,55 млрд., чистая прибыль — в 2,5 раза, до \$5,965 млрд. Крупнейшими акционерами «Норникеля» являются президент ХК «Интеррос» Владимир Потанин (22% акций) и президент инвестфонда «Онэксим» Михаил Прохоров (25% акций). Еще по 4% акций ГМК им принадлежит через совместный фонд «КМ Инвест». Уставный капитал компании составляет 190 млн. 628 тыс. акций номиналом 1 руб. \\ Агентство UGMK.INFO (Киев)

**Восстановлено авиасообщение Тувы с Москвой**

После более чем 2-летнего перерыва восстановлено авиационное сообщение между Кызылом и Москвой. Об этом корреспонденту «ФедералПресс» сообщили сегодня, 6 ноября, в пресс-службе правительства республики Тува.

Сегодня в 12.00 самолет Як-42, зафрахтованный для выполнения авиарейса Москва-Уфа-Кызыл-Уфа-Москва «Авиационными линиями Кубани», приземлился в аэропорту тувинской столицы.

«Мы объявили развитие транспортной инфраструктуры республики одним из главных приоритетов, обещали сделать Туву открытой и доступной и мы сдержали слово», – подчеркнул, приветствуя экипаж воздушного судна в аэропорту Кызыла, председатель правительства республики Шолбан Кара-оол. Премьер вручил букеты цветов стюардессам «тувинского» рейса Галине Гасниковой и Елене Куклиной.

«Я часто летаю в Кызыл и проблему авиационной изолированности республики почувствовал на собственном опыте. Летать приходилось через Красноярск и Новосибирск. Рейсы, к сожалению, выполнялись нерегулярно и из-за их нестыковки проблем было предостаточно. Теперь, с восстановлением прямого рейса, надеюсь, они решены», – отметил Рустам Рзаев, один из пассажиров рейса Кызыл-Уфа-Москва.

Как сообщают в авиационных кассах, «московские» билеты активно спрашивают. Разброс цены билета от 7500 до 12 500 рублей. Возрос и спрос на ежедневные рейсы Кызыл-Красноярск-Кызыл. Вылет в Красноярск осуществляется в 8.00, и в 18.40 самолет из Красноярска отправляется в Кызыл. \\ Василий Топоров, экспертный канал «ФедералПресс», 6 ноября 2007.

### **Планов громадье**

Как сообщает РИА Новости, предполагается построить пути для метропоездов от станции "Чкаловская" до станции "Лихоборы" (Селигерская, ввод в 2013 году) и от станции "Марьино" до станции "Зябликово" (ввод в 2010 году) Люблинской линии метро. Кроме того, участки метрополитена будут построены от станции "Парк Победы" до станции "Кунцевская" и от станции "Крылатское" до станции "Митино" Митинско-Строгинской линии.

Калужско-Рижскую и Бутовскую линии предполагается соединить на участке от станции "Улица Старокачаловская" до станции "Битцевский парк".

В столичной горадминистрации агентству сообщили, что в число строящихся и перспективных объектов метро войдут участки от станции "Выхино" до района Жулебино Таганско-Краснопресненской линии и от станции "Новогиреево" до станции "Новокосино" Калининской линии. На Калининской ветке также появится новый участок от станции "Третьяковская" до станции "Москва-Сити", где расположатся станции "Кадашевская", "Остоженка", "Смоленская".

На Замоскворецкой линии в 2011 году появятся станции "Братеево", а на участке от станции "Автозаводская" до станции "Коломенская" - станция "Технопарк" (2008 год). В 2008 году добавится еще и линия метро от "Москва-Сити" к градостроительному комплексу "Ходынское поле" со станциями "Динамо", "Савеловская" и перспективой развития за станцию "Международная".

Предполагается начать проектные работы по развитию Солнцевской линии, включая электродепо Солнцево, сказал представитель мэрии. На этой линии появится станция "Олимпийская деревня", которая соединится с "Парком Победы".

Он отметил также, что в утвержденном плане метростроения предусмотрено и проектирование вторых выходов со станций "Партизанская", "Парк Победы", "Бауманская", "Комсомольская-кольцевая".

В более отдаленной перспективе, в 2015 году, пассажиров примет станция "Суворовская" Кольцевой линии.

### **Аппетиты растут**

Не так давно начальник Московского метрополитена Дмитрий Гаев уже делал намеки на предстоящий денежный дождь, который, как предполагается, обрушится на метростроителей. По его словам в Москве к 2015 году будут открыты девять новых станций подземки, а к 2020 г. протяженность линий метро увеличится на 71 км. Правда, меньше месяца назад главный метростроитель говорил о выделении из столичного бюджета "всего" 36 млрд. руб.

Справедливости ради надо отметить, что Гаев признал: таких денег на развитие метро не выделялось никогда. Однако тут же поправился и заявил, что этого мало, необходимы еще и частные инвестиции.

С этим трудно спорить. Метро задыхается и с трудом справляется с перевозкой 20 млн. человек в день (одна седьмая населения России).

Гаев убежден, что метро - это прибыльнейшее предприятие, которое окупается, но не сразу, а где-то через 15-20 лет. По его мнению, государство должно показать инвестору, что "на метро можно и зарабатывать". Как конкретно государство должно это "показывать", начальник московской подземки не уточнил.

А между тем, этим летом международный консорциум Metronet, взявшийся модернизировать Лондонское метро, с треском обанкротился, оставив мэрии английской столицы многомиллиардные долги, которые выплачиваются теперь за счет налогоплательщиков. \ \ Александр Паршуков, rb.ru деловая сеть, 07.11.2007 в 18:49.

## ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНОГО ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ

**Вариант 1.** Проанализируйте следующие пресс-релизы, найдите ошибки в их содержании и оформлении.

### I.

#### ПРЕСС-РЕЛИЗ

#### **2005 г., 30 МАЯ — ПОПОЛНЕНИЕ В СОВЕТЕ ДИРЕКТОРОВ ОАО «НОВЭНЕРГО»**

На состоявшемся 20 мая очередном общем годовом собрании акционеров ОАО «Новэнерго» директор группы «Инвест» Олег Орлов был избран членом Совета директоров компании.

В ходе выборов нового Совета директоров ОАО «Новэнерго» Олег Орлов набрал свыше 14% голосов — больше, чем все остальные кандидаты. Кандидатура Олега Орлова была выдвинута и поддержана на выборах Ассоциацией по защите прав инвесторов, членом которой является группа «Инвест», а также миноритарными акционерами. Следует отметить, что в Совет директоров были также избраны 7 представителей РАО «ЕЭС России».

Как отметил Олег Орлов, «это, безусловно, серьезный успех миноритарных акционеров и Ассоциации по защите прав инвесторов, так как наши совместные усилия позволили выдвинуть и провести в Совет директоров ОАО "Новгородэнерго" независимого кандидата».

Основными своими задачами на посту члена Совета директоров Олег Орлов видит повышение прозрачности, инвестиционной привлекательности ОАО «Новгородэнерго», увеличение капитализации предприятия, защиту прав миноритарных акционеров и, конечно, контроль над ходом предстоящего процесса реструктуризации компании.

«Мы надеемся, что предстоящее собрание акционеров ОАО "Ленэнерго" также завершится успешным избранием в Совет директоров нескольких независимых кандидатов, чему должна способствовать позиция Ассоциации по защите прав инвесторов», — подчеркнул Олег Орлов.

*Финансовая группа «Инвест» имеет лицензии профессионального участника рынка ценных бумаг ФКЦБ РФ на осуществление всех основных видов финансовой деятельности. Оценкой деятельности финансовой группы «Инвест» является присуждение самой высокой степени надежности ААА по итогам «Рейтинга надежности депозитариев» ПАРТАД и Фонда ИНФИ. Уставной капитал финансовой группы — 50 млн. рублей.*

*ОАО «Новэнерго» как самостоятельная энергосистема образовано на базе Новгородских электрических сетей «Ленэнерго» в январе 1982 г., зарегистрировано распоряжением Администрации Новгорода 25. 01. 1991 г. Компания объединяет 5 электрических сетей региона на правах филиалов и 4 предприятия на правах отделений. По итогам 2001 г. уставный капитал компании составляет 106 288,432 тыс. руб., собственный капитал — 1154 302 тыс. руб., прибыль до налогообложения — 23 870 тыс. руб., объем реализации продукции — 1 555 833 тыс. руб. Численность персонала на 01. 04. 2005г. превышает 2 940 человек.*

**За дополнительной информацией обращайтесь:**

ОАО «Новэнерго», Кирилл Лавров, тел. XXXXXX, E-Mail XXXXX.

## II.

**LMN International РБЭГ**

тел. (XXX) XXX-XXXX/XX тел. (XXX) XXX-XXXX

Наталья Кимоненко E-Mail: [natalikim@rbec.ru](mailto:natalikim@rbec.ru)

Тимофей Катков E-Mail: [timcat@lmn.com](mailto:timcat@lmn.com)

### **ЛОНДОН СТАЛ БЛИЖЕ**

*LMN сокращает сроки доставки из России в Великобританию*

**Мировой лидер экспресс-авиадоставки компания LMN Internatoinal значительно улучшила сервисное предложение на направлении Москва—Лондон. В результате объем отправок из России в Великобританию увеличился на 21%.**

Для оптимизации графика отгрузки компания LMN, используя прямой рейс авиакомпании *British Airways* Москва—Лондон, ввела новый маршрут для доставки отправок из Москвы в Лондон. Благодаря этому среднее транзитное время доставки значительно сократилось. Теперь отправления, поступившие в офис компании в Москве до конца рабочего дня (до 18:15), доставляются в Лондон уже на следующее утро. Крайний срок, до которого клиенты могут передать отправление в офис LMN для отправки в Великобританию, увеличился более чем на 3 часа (раньше это нужно было сделать до 15:00). Такое предложение выгодно для клиентов вдвойне потому, что, несмотря на значительное сокращение сроков доставки, ее стоимость осталась прежней.

Поскольку большинство отправок по сети LMN из России и СНГ производится в такие страны, как Великобритания, Германия и Соединенные Штаты, компания фокусирует свои операционные усилия на развитии прежде всего этих направлений. В общем объеме международных отправок из России через сеть LMN доля отправок в Великобританию составляет 12%. Это в немалой степени обусловлено стремительным развитием экономических

отношений между странами. Так, за минувший год объем товарооборота между Великобританией и Россией увеличился более чем на 50% по сравнению с 1999 г.

«С введением новой услуги на направлении Москва—Лондон объем отправок из России в Великобританию по сети LMN возрос более чем на 20%. Это подтверждает правильность принятого нами решения и говорит о несомненной перспективности этого направления для компании. LMN стремится обеспечивать самый высокий уровень сервиса как для российских, так и для западных клиентов. Именно поэтому мы планируем дальнейшее расширение спектра наших услуг на таких важных для нас направлениях, как Великобритания, Германия и США. LMN держит лидерство благодаря серьезным инвестициям в развитие своей сети и постоянному вниманию к изменяющимся потребностям клиентов».

Об этом предложении LMN International сообщила на прошедшей вчера в отеле «Аэростар» ежемесячной встрече компаний—членов Российско-Британской экспертной группы, членом которой она является на протяжении нескольких лет. Такие встречи проводятся РБЭГ для содействия развитию двусторонних торгово-экономических связей между Россией и Великобританией. LMN — пример иностранной компании, которая одной из первых вышла на российский рынок, адаптируя свой бизнес к местным условиям и постоянно демонстрируя свой долгосрочный интерес к стране. Поэтому совершенно естественным является стремление компании способствовать развитию экономики России.

Основой бизнеса LMN является экспресс-доставка «от двери до двери» отправок весом до 250 кг. LMN International основана в 1962 г. Это крупнейшая в мире международная сеть экспресс-авиадоставки, объединяющая более 635 000 пунктов в 228 странах и территориях мира. Доля LMN на мировом рынке экспресс-авиадоставки сегодня составляет 39%. LMN перевозит более 140 миллионов отправок ежегодно, обслуживая более миллиона клиентов. Штат сотрудников компании насчитывает свыше 4000 человек, для перевозок используется более 18500 транспортных средств. Парк самолетов в 252 единицы позволяет LMN занимать 1 место в Европе среди грузовых авиакомпаний. Акционерами компании являются Lufthansa Cargo AG (25%), Japan Airlines (1%) и Deutsche Post AG (51%). Остальные 23% акций принадлежат физическим лицам и LMN. В России и странах СНГ LMN работает с 1983 года. На сегодняшний день компания имеет более 130 собственных и агентских офисов во всех странах СНГ и обслуживает около 800 городов и населенных пунктов, из них в России — свыше 450 городов. Компания инвестировала в развитие своей инфраструктуры в стране более 50 млн. долларов США, из них свыше 25 млн. долларов — за последние три года и более 5 млн. долларов — в 2000 году. Доля компании среди курьерских служб на рынке России оценивается в 51% (по данным агентства Research International). Подробную информацию о работе компании



LMN и услугах, которые она предоставляет на российском рынке, можно получить в Интернете по адресу [www.lmn.ru](http://www.lmn.ru), где также возможно сделать заказ на перевозку грузов в режиме on-line и отследить процесс доставки отправления.

**Вариант 2.** Прочтите пресс-релизы и оцените по 10-балльной шкале следующие параметры: 1) заголовок; 2) анонс (ключевое сообщение); 3) основную часть по структуре и смысловому позиционированию (идея, острота, актуальность); 4) ссылки, цитаты, орфография, пунктуация; 5) стилистика.

## I.

### **ПРЕСС-РЕЛИЗ: Зимняя программа авиакомпании «Трансаэро»: обширная сеть маршрутов по доступным ценам | 12.10.2007г.**

Зимняя программа полетов «Трансаэро» 2007-2008 годов свидетельствует о расширении и упрочении позиций компании на рынке авиаперевозок, о ее четкой ориентации на самый широкий контингент пассажиров. Эта программа включает 69 маршрутов (на 11% больше, чем в зимний период 2006-2007 годов). Из них – 61 регулярный маршрут (на 20% больше, чем прошлой зимой) и всего 8 чартерных маршрутов - на 43% меньше, чем в прошлый зимний период. Это еще одно подтверждение того, что приоритетом компании является развитие именно регулярных авиаперевозок.

По России авиакомпания выполняет полеты из Москвы в Санкт-Петербург, Анадырь, Екатеринбург, Новосибирск, Петропавловск-Камчатский, Сочи, Хабаровск и Южно-Сахалинск.

По СНГ «Трансаэро» выполняет полеты в Казахстан (Астана, Алма-Ата, Актау, Атырау, Караганда, Уральск, Чимкент), Украину (Киев, Одесса), Узбекистан (Ташкент, Бухара).

В Европе авиакомпания будет выполнять рейсы из Москвы в Великобританию (Лондон), Германию (Берлин, Франкфурт), Испанию (Барселона, Тенерифе), Францию (Лион), Австрию (Вена), Люксембург, Чехию (Пардубице), на Кипр (Пафос). Новинкой сезона станут регулярные рейсы в Лион. Готовится открытие рейса Москва – Базель.

Новинкой сезона является начало регулярных полетов «Трансаэро» из Санкт-Петербурга сразу в три города Германии - Берлин, Мюнхен и Франкфурт.

В Азиатском регионе «Трансаэро» будет выполнять регулярные полеты в Таиланд (Бангкок из Москвы и Санкт-Петербурга, Пхукет из Москвы), Китай (Санья из Москвы, Шанхай и Санья из Санкт-Петербурга), Вьетнам (Хошимин), Индию (Амритсар, Гоа – из Москвы и Санкт-Петербурга), Индонезию (Денпасар), Малайзию (Куала-Лумпур), Мальдивскую Республику (Мале), Сингапур.

На Ближнем Востоке регулярные маршруты «Трансаэро» пролегли в Израиль (Тель-Авив), Египет (Хургада, Шарм-эль-Шейх), а также из Санкт-Петербурга в ОАЭ (Шарджа). На американский континент «Трансаэро» выполняет полеты в Канаду (Торонто) и в Доминиканскую Республику (Пунта-Кана).

Компания ведет работу по открытию новых рейсов Москва - Гонконг – Сидней и Москва - Йоханнесбург - Маврикий.

Чартерная программа «Трансаэро» включает такие направления из Москвы, как Акаба (Иордания), Варадеро (Куба), Дубай, Верона, Турин, Зальцбург, из Санкт-Петербурга - Барселона, из Екатеринбурга – Бангкок.

С нынешнего зимнего сезона «Трансаэро» помимо рейсов из своего базового московского аэропорта – Домодедово начнет выполнять дополнительные рейсы из аэропорта Шереметьево – два в Санкт-Петербург, один в Екатеринбург и один в Тель-Авив.

Неотъемлемой частью работы «Трансаэро» всегда была и остается ответственная ценовая политика. На зимний период 2007-2008 годов «Трансаэро» выставила в продажу перевозки, цена которых по сравнению с прошлым зимним сезоном увеличилась в среднем лишь на 7-10%. С учетом уровня инфляции в нашей стране этот рост практически составляет только 2%. При этом необходимо учитывать, что за прошедший год для авиакомпании рост цен составил: на аэропортовые услуги – 250%, на аэронавигацию – 150%, на топливо – более чем 15%. Даже в таких условиях «Трансаэро» заботится о том, чтобы ее продукт был доступен различным слоям населения. Это, прежде всего, относится к массовым туристическим направлениям – Таиланду и Египту. Реальные цены одного места в блоке кресел, которые приобретают туроператоры у авиакомпании в эти страны, выросли совсем незначительно, особенно с учетом того, что эти цены определяются в долларах США, который за последний год существенно ослабил свои позиции. На отдельных направлениях полетов, в том числе в Европу и Канаду, цены на перевозки «Трансаэро» по сравнению с прошлым годом вообще снизились. С 15 октября вследствие укрепления курса рубля «Трансаэро» на 3% снижает свои тарифы на все полеты по Российской Федерации.

Особенностью нынешнего зимнего периода станет существенное расширение набора интернет-услуг, предлагаемых «Трансаэро». Все более популярными становятся электронные билеты, которые «Трансаэро» первой из российских авиакомпаний начала продавать на свои рейсы с марта нынешнего года. Сейчас их можно приобрести в России, СНГ, Западной Европе, Израиле и Канаде. Сегодня уже 60% всех продаж «Трансаэро» через Интернет приходится именно на электронные билеты. С мая нынешнего года через Интернет можно пройти регистрацию на ряд рейсов авиакомпании.

Справочная информация:

ОАО «Авиационная компания «Трансаэро» начала полеты в 1991 году.

Согласно официальным данным, опубликованным Транспортной клиринговой палатой, за семь месяцев 2007 года авиакомпания «Трансаэро» уверенно заняла второе место в Российской Федерации как по пассажирообороту (5,26 млрд. пкм), так и по числу перевезенных пассажиров (1 466 тыс. чел.) на международных воздушных линиях.

Более 85% объема пассажирских перевозок «Трансаэро» приходится на международные рейсы.

Парк воздушных судов «Трансаэро» состоит из 28 самолетов: одного "Ту-214", семи "Боинг-747", семи "Боинг-767" и тринадцати "Боинг-737".

## II.

«Аэрофлот», 09 ноября 2007.

### **Парк компании пополнился десятым лайнером А319**

9 ноября 2007 года, Москва. – ОАО «Аэрофлот» получил и ввел в эксплуатацию десятый лайнер А319 «В.Кандинский». Воздушное судно названо в честь выдающегося русского художника, теоретика искусства и поэта, одного из лидеров авангарда первой половины XX века Василия Кандинского.

Это второй, полученный в текущем году самолет данного типа в рамках сделки операционного лизинга, заключенной в феврале 2007 г. Лизингодатель - General Electric Capital Aviation Services (GECAS). Сделка предусматривает приобретение до конца года еще одного такого самолета. Кроме того, до конца 2007 года Аэрофлот получит один аэробус А321 в рамках ранее заключенных договоров. В 2008 году ожидается поставка одиннадцати самолетов А320. Все самолеты новые - непосредственно с завода компании «Эрбас».

В настоящее время парк авиакомпании насчитывает 32 самолета семейства А320, в том числе 10 – А319, 13 – А320, 9 – А321. Салоны самолетов выполнены в двухклассной компоновке и рассчитаны на 116 (А319), 140 (А320) и 170 (А321) пассажиров. Самолеты этого семейства очень популярны в мире. Аэрофлот эксплуатирует аэробусы семейства А320 на широкой сети европейских и внутрироссийских маршрутах. По показателям эксплуатационной надежности и фактическому налету часов на один самолет Аэрофлот входит в число мировых лидеров.

*ОАО «Аэрофлот – российские авиалинии» (AFLT) является бесспорным лидером гражданской авиации России, фактическим национальным перевозчиком. Будучи крупнейшей авиакомпанией страны, перевозит более 7 млн. человек в год, а вместе с дочерними компаниями – около 9 млн., т.е. 23% от общего числа пассажиров российского воздушного транспорта. Располагая авиапарком в количестве 81 воздушного судна, осуществляет собственные*

*рейсы в 93 пункта 47 стран (всего – 302 рейса в день). Контролирует 51% российского рынка регулярных международных перевозок и примерно 12% внутренних авиаперевозок. Чистая прибыль за 2006 год составила 7,9 млрд. руб. (консолидированная прибыль по группе Аэрофлот 258,1 млн. долл. США по МСФО).*

*Аэрофлот – одна из старейших авиакомпаний и один из самых известных коммерческих брендов в мире.*

*Компания основана в 1923 году, базируется в Москве, в международном аэропорту Шереметьево. В 2006 году Аэрофлот стал первой российской авиакомпанией, вступившей в глобальный альянс SkyTeam. Совместная маршрутная сеть альянса насчитывает 791 пункт в 162 странах, что дает пассажирам Аэрофлота безграничные возможности выбора. На клиентов Аэрофлота распространяются бонусные программы всех партнеров по альянсу. Сведения о преимуществах от участия в альянсе SkyTeam – на сайте [www.skyteam.com](http://www.skyteam.com).*

*Аэрофлот - первая российская авиакомпания, получившая сертификат оператора международного авиационного стандарта производственной безопасности IOSA.*

*На сайте [www.aeroflot.aero](http://www.aeroflot.aero) можно приобрести билеты на рейсы Аэрофлота с использованием on-line платежей, технологии электронного билета, а также больше узнать об авиакомпании.*

### III.

#### **В Совете директоров**

2 октября 2007 года, Москва. - Вчера состоялось очередное заседание Совета директоров ОАО «Аэрофлот», на котором были подведены итоги производственной и финансово-экономической деятельности за первое полугодие 2007 года.

За первое полугодие текущего года: перевезено 3773,5 тыс. пассажиров (рост к уровню прошлого года – 17,9%); выполнено 11413,3 млн. пассажирокилометров (рост к уровню прошлого года – 15,9%).

Доходы от авиаперевозок и выполненных услуг за первое полугодие 2007 года составили 33531,88 млн. рублей (рост к уровню прошлого года – 21,7%).

Расходы составили сумму 31945,13 млн. рублей (рост к уровню прошлого года – 15,4%). В целом рост доходов стабильно опережает рост расходов. В итоге чистая прибыль за первое полугодие составила сумму 3247,2 млн. рублей.

Одобрены прогнозные значения целевых ориентиров верхнего уровня для группы компаний ОАО «Аэрофлот» на период 2007 - 2009 гг.

Одобрены сделки субаренды ОАО «Аэрофлот» у ЗАО «Аэрофлот-Норд» и ОАО «Аэрофлот-Дон» воздушных судов Боинг-737-500. Эти самолеты заменят в сети маршрутов Аэрофлота отслужившие свой срок самолеты ТУ-134

до поступления в эксплуатацию в ОАО «Аэрофлот» самолетов «Сухой Суперджет-100».

#### IV.

04.10.2007

##### **«Уральские авиалинии» подписали договор на покупку**

Сегодня, 4 октября 2007 г. в Екатеринбурге в присутствии губернатора Свердловской области Росселя Э.Э. состоялось торжественное подписание Международного Договора между АК «Уральские авиалинии» и концерном Airbus S.A.S. о приобретении российской стороной партии новых самолетов Airbus.

Со стороны Российской Федерации документ подписан генеральным директором «Уральских авиалиний» Сергеем Скуратовым. Французскую сторону представлял вице-президент Airbus по продажам в Восточной Европе и СНГ Андреас Крамер.

Предварительное Соглашение о приобретении воздушных судов было подписано на Международном авиакосмическом салоне в Ле-Бурже еще в июне 2007 г., однако только сегодня стали известны окончательные условия сделки.

«Мы покупаем семь новых самолетов А320 с правом конвертации в А321, - рассказал генеральный директор АК «Уральские авиалинии» Сергей Скуратов. - Эти лайнеры полностью отвечают требованиям европейских и мировых стандартов и по уровню комфорта, и по безопасности. Практически все функции управления переведены в цифровые, что делает этот самолет одним из самых высокотехнологичных в мире».

Сроки поставки, согласно Договору, - 2012 – начало 2013 г.г. В настоящий момент «Уральские авиалинии» уже эксплуатируют два А320 по соглашению об операционном лизинге. В течение ближайших трех лет авиакомпания планирует довести это число до десяти. «Мы очень рады, что авиакомпания «Уральские авиалинии» стала нашим новым покупателем. Мы уверены, что передовые технологии этого лайнера, его высокая экономичность, улучшенные экологические характеристики, а также его популярность среди пассажиров и пилотов будут способствовать дальнейшему процветанию авиакомпании «Уральские авиалинии», - добавил Джон Лехи (John Leahy), исполнительный коммерческий директор Airbus.

#### **Примерный перечень вопросов к экзамену**

1. Процесс создания медийного образа организации.
2. Практическая типология СМИ.
3. Условия создания и место пресс-службы в организации.
4. Аналитическое направление деятельности пресс-службы.

5. Креативное направление деятельности пресс-службы.
6. Организационное направление деятельности пресс-службы.
7. Обязанности пресс-секретаря.
8. Стратегические цели и задачи пресс-службы.
9. Кадровое обеспечение и бюджет пресс-службы.
10. Основные составляющие информационной карты СМИ.
11. Формы и методы мониторинга СМИ.
12. Коммуникационный аудит организации.
13. Аналитические документы, используемые в деятельности пресс-службы.
14. Направление информационных потоков.
15. Создание информационных поводов.
16. Информационный повод в кризисных условиях.
17. Процесс аккредитации СМИ. Аккредитация иностранных журналистов.
18. Основные задачи коммуникации.
19. Шесть моделей развития СМИ.
20. Основные компоненты процесса медиапланирования.
21. Определение целей медиапланирования.
22. Медиаплан: общие требования и основные составляющие.
23. Основные характеристики объекта, учитываемые в медиапланировании.
24. Параметры СМИ, используемые в медиапланировании.
25. Информационный пакет документов для связи пресс-службы со СМИ.
26. Пресс-релиз как основной документ связи со СМИ.
27. Характеристика стороны ньюсмейкера и стороны СМИ на пресс-конференциях.
28. Функции пресс-службы Правительства РФ.
29. Формы координации деятельности пресс-секретарей в местных органах власти.
30. Формы взаимодействия пресс-службы политической партии и СМИ.
31. Типовые ошибки при проведении пресс-конференций.
32. Техника проведения презентаций для журналистов.
33. Тематика внутрикорпоративных изданий.
34. Структура текста публичной речи.
35. Состав пресс-служб федеральных органов власти.
39. Роль модератора при проведении пресс-конференций.
40. Работа пресс-службы авиакомпании в период кризиса.
41. Процесс выпуска внешних корпоративных изданий.
42. Проведение пресс-конференций и процесс оценки их результата.
- 43.

## Содержание

Тема 1. Основные составляющие медиа-рилейшенз.....	3
Тема 2. Структура и функции пресс-службы.....	4
Тема 3. Аналитический аспект работы пресс-службы.....	5
Тема 4. Креативный аспект работы пресс-службы.....	7
Тема 5. Организационный аспект работы пресс-службы .....	8
Тема 6. Основы медиапланирования.....	9
Тема 7. Практикум по написанию текстов.....	11
Варианты контрольного домашнего задания.....	16
Примерный перечень вопросов к экзамену.....	23