

# Современные медиарелейшенз. Организация работы с медиа

Репутация компании и отдельной личности во многом зависит от умения взаимодействовать с различными СМИ. Эффективным имиджмейкером может выступать профессиональная команда в виде пресс-службы или PR-отдела, включенная в структуру организации.

На семинаре вы узнаете об особенностях различных видов СМИ, изучите технику осуществления медиаконтактов (интервью, пресс-конференций, брифингов), научитесь грамотному взаимодействию с журналистами, чтобы выходящие публикации и телепрограммы доносили нужную вам информацию без искажений.

**Внимание! Вы можете посетить полный курс [Новые методы работы пресс-службы компании. Организация площадок для продвижения и взаимодействия со СМИ](#).**

## Расписание

Город: Москва

Дата:

- 30 сентября – 1 октября `19
- 20 – 21 января `20
- 13 – 14 апреля `20
- 13 – 14 июля `20

---

В результате обучения вы:

- узнаете, как правильно взаимодействовать с прессой: о чем говорить и о чем молчать, как реагировать на провокации
- отработаете техники и алгоритмы создания и развития репутационного капитала в СМИ, приносящие результат
- освоите методы регуляции эмоционального состояния перед телекамерой
- научитесь производить благоприятное впечатление на аудиторию
- получите навыки подготовки и проведения презентаций, выступлений, интервью, комментариев для СМИ

- изучите модели медиаповедения в □ ситуации провокации и □ давления со □ стороны журналистов
  - овладеете мощными инструментами продвижения в □ социальных сетях
  - изучите способы и □ хитрости ведения личного или корпоративного блога с □ целью укрепления репутации
- 
- 

## **Программа семинара**

### **День 1**

#### **Media Relations**

- Традиционные и современные медиа. Новые тенденции в развитии СМИ
- Отношения с медиа. Возможности и ограничения. Как правильно выбрать нужные медийные площадки для эффективной работы
- Управление медиарелейшнз, прямое взаимодействие со СМИ
- Новостной поток и информационный повод: как создавать и где искать

#### **Организация эффективной работы пресс-службы со СМИ**

- Подготовительный этап: матрица стейкхолдеров, контент-планирование, медиакарта, база СМИ, управление контактной базой, журналистский пул, стратегия взаимодействия, аккредитация, проведение спецмероприятий для СМИ
- Цели и задачи медиаконтакта. Корректная постановка цели. Как выбрать содержание и стиль выступления в зависимости от характера мероприятия
- Техники проведения медиаконтактов (интервью, пресс-конференций, брифингов)
- Подготовка спикеров к выступлению / общению со СМИ

#### **Практикум «Акулы пера»**

#### **Медиапредставление**

- Ваше имя (название компании)
- Портфолио. История
- Повод выступления
- Как заинтересовать аудиторию
- Как удерживать аудиторию
- Как завершить контакт

#### **Медиаповедение и управление медиаконтактом**

- Тренировка управления медиаконтактом. Ораторское мастерство. Умение приветствовать интервьюера и аудиторию

- Установление и поддержание зрительного контакта в процессе проведения медиаконтакта
- Сектор обзора. Контакт с интервьюером, контакт с оппонентом, контакт с виртуальным зрителем
- Законы цвета в кадре. Детали костюма. Make up. Законы фотосессии
- Сопроводительные материалы: фото, видео, аудио, логотип, презентация, прессволл
- Постановка позы и жестикуляции. Положение сидя, положение стоя. Принципы жестикуляции. Отсечение нефункциональной жестикуляции
- Речь. Дыхание. Голос. Техника и логика речи. Интонация. Ударение. Работа над дикцией. Монолог и диалог в эфире. Дискуссия. Интервью. Ток-шоу
- Работа на камеру. Особенности работы с невидимой аудиторией. Приемы работы на камеру. Преодоление страха эфирного выступления
- Техника ответов на вопросы и преодоления возражений. Кризисные ситуации, провокации, как реагировать. «Без комментариев»

Практикум «Верный невербальный контакт». Отработка в мини-группах навыков выступления

## День 2

### Технологии создания интересного контента. Эффективный копирайтинг

- Создание контента. Контент-планирование. Ритм публикации записей. Рубрикация
- Написание текстов. Копирайтинг. Редактура. Типичные стилистические ошибки. Логическая структура
- Как определить желательную аудиторию своего блога (аудитория блога может не на 100 процентов соответствовать клиентской аудитории)
- Контент-планирование. Ритм публикации записей. Рубрикация
- Комментарии. Стратегия взаимодействия с комьюнити. Отношения с френдами
- 12 основных триггеров вовлечения аудиторий
- Управление блогом и продвижение в социальных сетях

Практикум «Составление контент-плана для блога / постов в СММ»

### Подготовка визуальных материалов для блога / постов

- Материалы для публикации: какие из видов будут иметь максимальную эффективность. Современные тренды
- Визуальные коммуникации. Videоблоги и видеоканалы коммуникации. Использование видео- или аудиозаписей, вебинаров и подкастов
- Подготовка иллюстраций. Использование фотографий
- Видеоинтервью. Лайф-стримы и сториз
- 8 основных рубрик и тем видеотрансляций
- Что важно во время трансляций. Что нужно делать после трансляций

## Стоимость участия

Стоимость участия в семинаре составляет **25400 руб.** с учетом всех налогов.

**В стоимость обучения входит:**

- Комплект авторских материалов
  - Кофе-паузы
  - [Сертификат Moscow Business School](#)
  - [Удостоверение о повышении квалификации\\*](#)
  - [Диплом о профессиональной переподготовке\\*\\*](#)
- 

## Преподаватели семинара

- **Краевская Ксения Александровна**

Кандидат философских наук, доцент, эксперт международного уровня по стратегии коммуникаций, связям с общественностью и СМИ, новым медиа, интегрированным маркетинговым коммуникациям

- **Макарова Екатерина Игоревна**

Эксперт-практик по связям с общественностью, журналист, бизнес-тренер, консультант. Член Российской ассоциации по связям с общественностью