Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

Кафедра «Философия и культурология»

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор
_____ И.В. Макурин
«22» 12 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины «Пресс-служба»

основной профессиональной образовательной программы
подготовки бакалавров
по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»

Форма обучения очно-заочная
Технология обучения традиционная

Комсомольск-на-Амуре 2017

Автор рабочей программы
доцент, канд. полит. наук _____ Д.В. Новиков
«17» 12 2017 г.

СОГЛАСОВАНО

Директор библиотеки _____ И.А. Романовская
«18» 12 2017 г.

Заведующий кафедрой
«Философия и культурология» _____ Д.В. Новиков
«17» 12 2017 г.

Декан ФЗДО _____ М.В. Семибратова
«18» 12 2017 г.

Начальник УМУ _____ Е.Е. Поздеева
«20» 12 2017 г.

Введение

Рабочая программа дисциплины «Пресс-служба» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 № 997, и основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии».

1 Аннотация дисциплины

<table>
<tr><td>Наименование дисциплины</td><td colspan="8">Пресс-служба</td></tr>
<tr><td>Цель дисциплины</td><td colspan="8">приобретение способность и готовность использовать профессиональные знания при работе в пресс-службе</td></tr>
<tr><td>Задачи дисциплины</td><td colspan="8">• познакомить обучающихся с методологическими и технологическими разработками в сфере управленческих коммуникаций применительно к организации пресс-службы;
• дать обучающимся возможность уяснить особенности работы пресс-службы;
• сформировать умения и навыки работы в пресс-службы;
• продолжить развивать профессиональную культуру будущего специалиста по рекламе и связям с общестенностью</td></tr>
<tr><td>Основные разделы дисциплины</td><td colspan="8">1. Общие принципы организации и функционирования современной пресс-службы
2. Структура современной пресс-службы
3. Организация работы современной пресс-службы</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Общая трудоемкость дисциплины</td><td colspan="8">3з.е. / 108 академических часов</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Семестр</td><td colspan="4">Аудиторная нагрузка, ч</td><td rowspan="2">СРС, ч</td><td rowspan="2">Промежуточная аттестация, ч</td><td rowspan="2">Всего за семестр, ч</td></tr>
<tr><td>Лекции</td><td>Пр. занятия</td><td>Лаб. работы</td><td>Курсовое проектирование</td></tr>
<tr><td>7 семестр</td><td>6</td><td>10</td><td>-</td><td>-</td><td>56</td><td>36</td><td>108</td></tr>
<tr><td colspan="2">ИТОГО:</td><td>6</td><td>10</td><td>-</td><td>-</td><td>56</td><td>36</td><td>108</td></tr>
</table>

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Дисциплина «Пресс-служба» нацелена на формирование компетенций, знаний, умений, навыков, указанных в таблице 1.

Таблица 1. Компетенции, знания, умения, навыки

Наименование и шифр компетенции, в формировании которой принимает участие дисциплина	Перечень формируемых знаний, умений, навыков, предусмотренных образовательной программой		
	Перечень знаний (с указанием шифра)	Перечень умений (с указанием шифра)	Перечень навыков (с указанием шифра)
ОПК-2 владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественность	З1(ОПК-2-4) характер и специфику работы современной пресс-службы	У1(ОПК-2-4) использовать профессиональной деятельности знания характера и специфики работы современной пресс-службы	Н1(ОПК-2-4) навыками использования в профессиональной деятельности знаний характера и специфики работы современной пресс-службы
	З2(ОПК-2-4) особенности распределения функциональных обязанностей в современной пресс-службе	У2(ОПК-2-4) осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с функциональными характеристиками (должностными инструкциями) специалиста пресс-службы	Н2(ОПК-2-4) навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с функциональными характеристиками (должностными инструкциями) специалиста пресс-службы

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Пресс-служба» изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к базовой части.

Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении курсов «Организация работы отдела рекламы», «Организация работы отдела по связям с общественностью».

Входной контроль проводится в виде тестирования. Задания тестов представлены в приложении 1 РПД.

4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часа.

Распределение объема дисциплины по видам учебных занятий представлено в таблице 3.

Таблица 3 – Объем дисциплины по видам учебных занятий

Объем дисциплины	**Всего академических часов**	
	Очная форма обучения	**Заочная (очно-заочная) форма обучения**
Общая трудоемкость дисциплины	-	108
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего	-	16
В том числе:		
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	-	6
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	-	10
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа, включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	-	56
Промежуточная аттестация обучающихся	0	36

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетен-ции	Знания, умения, навыки
Раздел 1 Общие принципы организации и функционирования современной пресс-службы					
1. Современная пресс-служба: принципы организации и специфика функционирования	Лекция	2	Проблемное изложение материала	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
	Практическое занятие	2	Дискуссия	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	5	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	6	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
ИТОГО по разделу 1	Лекции	2	-	-	-
	Практические занятия	2	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	11	-	-	-
Раздел 2 Структура современной пресс-службы					
2. Современная пресс-служба: структурная характеристика	Лекция	1	Проблемное изложение материла	ОПК-2	З2(ОПК-2-4) У2(ОПК-2-4) Н2(ОПК-2-4)
	Практическое занятие	2	Дискуссия	ОПК-2	З2(ОПК-2-4) У2(ОПК-2-4) Н2(ОПК-2-4)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	5	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-2	З2(ОПК-2-4) У2(ОПК-2-4) Н2(ОПК-2-4)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетен-ции	Знания, умения, навыки
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	6	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-2	З2(ОПК-2-4) У2(ОПК-2-4) Н2(ОПК-2-4)
ИТОГО по разделу 2	Лекции	1	-	-	-
	Практические занятия	2	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	11	-	-	-
Раздел 3 Организация работы современной пресс-службы					
3. Основные сегменты работы пресс-службы	Лекция	1	Проблемное изложение материала	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
	Практическое занятие	2	Дискуссия	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	5	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	6	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
4. Организация работы пресс-службы со СМИ	Лекция	1	Проблемное изложение	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
	Практическое занятие	2		ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	5	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов	6	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетен-ции	Знания, умения, навыки
	дисциплины)				
5. Оценка эффективности работы пресс-службы	Лекция	1	Проблемное изложение	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	6	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
	Написание контрольной работы (изучение теоретических разделов дисциплины)	6	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-2	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)
ИТОГО по разделу 3	Лекции	3		-	-
	Практические занятия	6	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	34	-	-	-
Промежуточная аттестация по дисциплине		-	Экзамен	-	-
ИТОГО по дисциплине	Лекции	6	-	-	-
	Практические занятия	10	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	56	-	-	-
ИТОГО: общая трудоемкость дисциплины 108 часов, в том числе с использованием активных методов обучения 4 часа.					

6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся, осваивающих дисциплину «Пресс-служба», состоит из следующих компонентов: изучение теоретических разделов дисциплины; подготовка к практическим занятиям; написание контрольной работы.

Для эффективного выполнения всех разделов самостоятельной работы учащимся рекомендуется использовать следующее учебно-методическое обеспечение:

1. СТО 7.5-17 Положение о самостоятельной работе студентов ФГБОУ ВПО «КнАГТУ». – Введ. 2015-04-06. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2015. – 24 с.

2. РД ФГБОУ ВО КнАГТУ013-2016 «Текстовые студенческие работы. Правила оформления».– Введ. 2016-03-10. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВО «КнАГТУ», 2016. – 56 с.

График выполнения самостоятельной работы представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Рекомендованный график выполнения самостоятельной работы

Вид самостоятельной работы	Часов в неделю														Итого по видам работ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Изучение теоретических разделов дисциплины	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**28**
Подготовка к практическим занятиям		**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**				**10**
Написание контрольной работы	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**18**
ИТОГО В 7 семестре	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**3**	**3**	**3**	**56**

7 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Таблица 5 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
1. Общие принципы организации и функционирования современной пресс-службы	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)	Задания к практическим занятиям Тест	Знает основные принципы организации и функционирования пресс-службы. Понимает роль пресс-службы в процессах взаимодействия с общественностью. Умение анализировать работу пресс-службы. Владеет навыками анализа и оценки работы пресс-службы.
2. Структура современной пресс-службы	З2(ОПК-2-4) У2(ОПК-2-4) Н2(ОПК-2-4)	Задания к практическим занятиям Тест	Знает структурные особенности современной пресс-службы. Знает должностные обязанности специалистов пресс-службы. Умеет действовать в соответствие с функциональными обязанности. Владеет навыком осуществления должностных обязанностей специалиста пресс-службы.
3. Организация работы современной пресс-службы	З1(ОПК-2-4) У1(ОПК-2-4) Н1(ОПК-2-4)	Задания к практическим занятиям Контрольная работа	Знает основные направления работы современной пресс-службы. Умеет решать различные профессиональные задачи в рамках работы в пресс-службе. Владеет навыком решения профессиональных задач в рамках работы в пресс-службе.
Все разделы	ОПК-2-4	Вопросы к экзамену	Знает основные принципы организации, структурирования и функционирования пресс-службы. Понимает роль пресс-службы в процессах взаимодействия с общественностью. Умение анализировать работу пресс-службы и осуществлять профессиональную деятельность в ней. Владеет навыками анализа, оценки пресс-службы.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции ОПК-2, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 6).

Таблица 6– Технологическая карта

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
7 семестр ***Промежуточная аттестация в форме экзамена***				
1.	Тест к разделу 1.	2 неделя	10 баллов	Правильно ответил на 9-10 вопросов теста – 9-10 баллов; правильно ответил на 7-8 вопросов тести – 7-8 баллов; правильно ответил на 3-6

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
				вопросов теста – 3-6 баллов; правильно ответил менее чем на 3 вопроса теста – 0 баллов.
2.	Тест к разделу 2.	6 неделя	10 баллов	Правильно ответил на 9-10 вопросов теста – 9-10 баллов; правильно ответил на 7-8 вопросов тести – 7-8 баллов; правильно ответил на 3-6 вопросов теста – 3-6 баллов; правильно ответил менее чем на 3 вопроса теста – 0 баллов.
3.	Задание к разделу 1.	2 неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия –10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
4.	Задание к разделу 2.	4неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
5.	Задание к разделу 3.	12 неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
6.	Контрольная работа	14 неделя	10 баллов	Контрольная работа соответствует всем количественным и качественным критериям. Все вопросы в контрольной работе раскрыты – 9-10 баллов; контрольная работа соответствует всем количественным и качественным критериям. Вопросы в контрольной работе в целом раскрыты – 5 – 8 баллов; контрольная работа частично соответствует качественным критериям (не раскрыто 50% вопросов) – 1-3 баллов; контрольная работа не соответствует количественным и качественным критериям – 0 баллов.
7.	Экзамен	Сессия	40 баллов	Не ответил на вопросы экзамена – 0 баллов; Ответил удовлетворительно на вопросы экзамена – 1-20 баллов; Ответил хорошо на вопросы экзамена – 21-34

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
				баллов; Ответил отлично на вопросы экзамена – 35-40 баллов.
ИТОГО:			100 баллов	
Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: 0-30 баллов – «неудовлетворительно» 31-50 баллов – «удовлетворительно» 51-70 баллов – «хорошо» 71-100 баллов – «отлично»				

Типовые задания для текущего контроля

ТЕСТ для раздела 1.

1. Какие группы относятся к внутренней аудитории:
а) высшее руководство, топ-менеджмент;
б) руководство среднего звена, менеджеры;
в) партнеры;
г) специалисты, рабочие;
д) обслуживающий персонал;
е) потребители;
ж) члены семей сотрудников;
з) общественные организации;
и) СМИ.

2. Какие группы относятся к внешней аудитории:
а) инвесторы и деловая общественность;
б) топ-менеджмент;
в) руководство среднего звена;
г) СМИ;
д) партнеры;
е) потребители;
ж) члены семей сотрудников;
з) общественные организации
и) деловые партнеры;
к) конечные потребители;
л) общественные организации;
м) государственные органы.

3. Расшифруйте аббревиатуру RACE:
а) Communication, Action, Reach, Evolution;
б) Research, Action, Communication, Economy;
в) Research, Action, ,Communication, Evolution;

г) Research, Attention, Communication, Evolution;
д) Research, Action, Control, Evolution.

4. Какие исследования применяются для оценки имиджа:
а) количественные;
б) качественные;
в) анкетирование;
г) имиджевые.

5. В какие 2 большие группы можно выделить PR-документы:
а) для СМИ;
б) внешние;
в) для сотрудников;
г) для партнеров;
д) внутренние;
е) пресс-релиз.
6. Что не относится к документам для СМИ:
а) пресс-релиз;
б) занимательная статья;
в) интервью;
г) корпоративная газета;
д) открытое письмо;
е) фактическая справка;
ж) годовой отчет;
з) авторская статья;
и) случай из жизни.

7. Что относится к event-мероприятиям:
а) выставки;
б) собрания;
в) годовой отчет;
г) пресс-конференция;
д) собеседование;
е) корпоративный праздник.

8. Спичрайтер – специалист по:
а) написанию текстов;
б) написанию речей;
в) написанию речей и текстов.

9. Копирайтер – специалист по:
а) написанию текстов;
б) написанию речей;
в) написанию речей и текстов.
10. Лучшие дни для организации пресс-конференции:

а) понедельник;
б) вторник;
в) среда;
г) четверг;
д) пятница;
е) суббота;
ж) воскресенье.

ТЕСТ для раздела 2.

1. Индекс Фога и формулу Флеша показывают:
а) интеллектуальный уровень текста;
б) интеллектуальный уровень аудитории.

2. Что входит в ATL:
а) наружная реклама;
б) реклама в СМИ;
в) промо-акции на месте продаж;
г) брендированные ценники;
д) воблеры;

3. Что входит в BTL:
a) наружная реклама;
b) реклама в СМИ;
c) промо-акции на месте продаж;
d) брендированные ценники;
e) воблеры;

4. Виды кризисов по динамике их протекания (Катлип, Сентер и Брум):
а) неожиданные кризисы;
б) прогнозируемые; в) тянущиеся;
г) назревающие;
д) непрерывные кризисы;
е) периодические.

5. Особенности эффективного реагирования на кризис:
а) замалчивание случившегося;
б) признание вины;
в) открытость и обеспечение информацией;
г) аргументирование;
д) без комментариев;
е) наглядность;
ж) завуалированные сообщения.

6. В какие сроки необходимо подготовить антикризисную стратегию:
а) 1–3 дня;
б) 1–5 дней;
в) 1–7 дней;
г) около 10 дней.

7. Причины привлечения внешних СО специалистов, при наличии собственной службы по связям с общественностью:
а) привлекают специалистов в силу «нехватки рук» ;
б) некомпетентность своих специалистов;
в) компания столкнулась с нетипичной для себя проблемой и хочет нанять специалистов в данной области.

8. Что не относится к документам для СМИ:
а) пресс-релиз;
б) занимательная статья;
в) интервью;
г) корпоративная газета;
д) открытое письмо;
е) фактическая справка;
ж) годовой отчет;
з) авторская статья;
и) случай из жизни.

9. Что относится к event-мероприятиям:
а) выставки;
б) собрания;
в) годовой отчет;
г) пресс-конференция;
д) собеседование;
е) корпоративный праздник.

10. Спичрайтер – специалист по:
а) написанию текстов;
б) написанию речей;
в) написанию речей и текстов.

Типовые задания к практическим заданиям

Задание к разделу 1.
«Общие принципы организации и функционирования современной пресс-службы»

Раскройте содержание следующих вопросов:

1. Какие функции выполняет пресс-служба?
2. Назовите известные Вам пресс-службы.

3. Когда возникли пресс-службы?
4. В чем причины появления пресс-служб?
5. В чем специфика работы пресс-службы?

Выполните письменно следующее задание: проанализируйте работу пресс-службы Администрации г. Комсомольска-на-Амуре. Выделите сильные и слабые стороны в этой работе.

Задание к разделу 2.
«Структура современной пресс-службы»

Раскройте содержание следующих вопросов:

1. Назовите основные функции выполняемые пресс-службой
2. Назовите основные штатные единицы пресс-службы
3. Определите основные характеристики бюджета пресс-службы
4. Каков характер взаимоотношений руководителя пресс-службы с руководителем организации?
5. Кто является заказчиком работ пресс-службы?

Выполните письменно следующее задание: спроектируйте модель пресс-службы. Определите штатные единицы пресс-службы и их функциональные задачи.

Задание к разделу 3.
«Организация работы современной пресс-службы»

Раскройте содержание следующих вопросов:

1. Определите основные направления работы пресс-службы
2. Как оценить эффективность работы пресс-службы?
3. Назовите основные мероприятия, проводимые пресс-службой
4. Назовите модели взаимодействия пресс-службы со СМИ
5. Что такое постправда? Может ли пресс-служба использовать постправду?

Выполните письменно следующее задание: Внимательно ознакомьтесь с разделом «Исходные данные» и выполните расчетно-графическое задание в соответствие с разделом «Описание задания». Первая буква выбираемой страны должна соответствовать первой букве фамилии студента, указанной в его зачетной книжке.

Исходные данные.

Вы являетесь пресс-секретарем Российской государственной радиовещательной компании «Голос России». Руководитель организации ставит задачу выбрать новую страну, наиболее подходящую для начала вещания компании.

Задачи радиостанции:

знакомить мировое сообщество с жизнью России, ее точкой зрения на события в мире, способствовать укреплению положительного образа России в мире;

вести эффективный диалог с соотечественниками за рубежом;

содействовать популяризации русской культуры и русского языка.

Сегодня «Голос России» вещает на русском и 37 иностранных языках 151 час ежедневно на коротких и средних волнах, в FM-диапазоне, по спутниковым каналам, по мобильной телефонной сети. 70% эфирного времени составляют новости и актуальные комментарии.

«Голос России» занимает сегодня третью позицию в рейтинге крупнейших международных радиовещателей мира. Таков результат социологического опроса Международной организации в поддержку СМИ (Швейцария) среди радиослушателей 50 стран.

Би-би-си..... 70,0%
Голос Америки 53,0%
Голос России..... 42,0%
Немецкая волна 28,7%

С июля 1996 года «Голос России» работает во всемирной компьютерной сети Интернет на 33 языках. Интернет-вещание ведется в мультимедийном формате. К интернет-сайту «Голоса России», содержащему более 500 разделов, обращаются посетители и.ч 140 стран мира. Среднесуточная посещаемость составляет 17000 пользователей. Интернет-вещание предлагает видео, инфографику, фото-слайдшоу, флэш-ролики и т.д.

К сайту радиостанции обращаются представители самых разных социальных групп:

♦ сотрудники крупнейших организаций и фирм всего мира;
♦ политики, чиновники, бизнесмены;
♦ журналисты, исследователи, аналитики;
♦ преподаватели и студенты; лица с высшим образованием.

В аудитории «Голоса России» преобладают люди социально активного возраста: 30—55 лет — 60%, молодежь до 30 лет — 25%.

Описание задания.

1. Предложите любое государство, на территории которого (во внутреннем эфире на FM-частоте), по вашему мнению, наиболее актуально открытие радиовещания «Голоса России».

2. Учитывая приведенные выше сведения, разработайте аналитическое обоснование актуальности и конкурентных преимуществ данного проекта, по следующим разделам:

1) Обоснование выбора конкретного государства. Следует провести анализ по многим параметрам:

♦ интерес его жителей к России (основные причины);
♦ число потенциальной целевой аудитории;
- возможности продвижения в информационном поле данного государства;
♦ наличие состоявшихся партнерских проектов, возможно, в области сотрудничества с другими российскими СМИ;
- общая политическая, экономическая и социальная обстановка в государстве, исторический контекст.

2) Формирование плана открытия и осуществления вещания на территории конкретной страны:

♦ определение потенциала совместных проектов с целью привлечения внимания общественности;

♦ разработка подготовительных мероприятий;

♦ проведение PR-деятельности на территории страны;

♦ приглашение VIP-персон, как с российской, так и с зарубежной стороны к участию в работе радио «Голос России» в качестве потенциальных гостей передач;

♦ разработка концептов радиопрограмм, отражающих запросы конкретной целевой аудитории иностранного государства;

♦ определение информационного контента и технологий подачи информации;

♦ формирование пула потенциальных спонсоров и потребителей информационного продукта.

3) Определение перспектив и инструментария оценки работы пресс-службы данной ситуации. Необходимо понять, все ли возможное сделала пресс-служба.

Примерная тематика контрольной работы

1. История возникновения отечественных пресс-служб.
2. Современная система СМИ в России: особенности и специфика.
3. Типология современных российских СМИ.
4. Развернутая характеристика конкретного СМИ (по выбору студента).
5. Принципы классификации современных российских пресс-служб.
6. Специфика работы пресс-служб по отраслям деятельности.
7. Цели и задачи современной пресс-службы.
8. Организация и структура деятельности современной пресс-службы.
9. Правовые и документальные основы деятельности пресс-службы.
10. Специфика деятельности пресс-службы в государственных структурах.
11. Специфика деятельности пресс-службы в частных структурах.
12. Виды и формы работы пресс-службы со СМИ.
13. Виды мероприятий для СМИ (по выбору студента).
14. Организация и специфика подготовки пресс-конференции.
15. Медиапланирование как один из видов деятельности пресс-службы.
16. Аккредитация как способ работы с журналистами.
17. Особенности и специфика создания PR-текстов в деятельности пресс-службы.
18. Специфика подготовки и организации устных PR-выступлений.
19. Как работать пресс-службе в кризисной ситуации или конфликте.
20. Формы и методы работы с журналистами по укреплению влияния пресс-службы в медиасреде.

Требования к контрольной работе

Подготовка контрольной работы включает в себя поиск литературы, знакомство с ней, написание и оформление контрольной работы. Контрольная работа оформляется в соответствии с требованиями РД 013-2016 «Текстовые студенческие работы. Правила оформления». Контрольная работа в

оформленном виде должен включать титульный лист, содержание, введение, основную часть с разбивкой на разделы (и, если необходимо, на подразделы), заключение, а также список использованных источников. Список должен включать, как правило, не менее трёх названий научной, научно-популярной литературы. Объём работы должен составлять от 10 до 15 страниц компьютерного набора на листах А4 с одной стороны шрифтом 14 через полтора интервала.

Примерные вопросы к экзамену:

1. Первые пресс-службы и предпосылки их возникновения.
2. История первых пресс-служб в России и СССР.
3. Общая характеристика современных российских пресс-служб.
4. Структура и функции пресс-службы на современном этапе.
5. Роль массовых коммуникаций в деятельности хозяйствующих субъектов, органов государственной власти и местного самоуправления.
6. Возможность воздействия на информационную среду как разновидность управленческого ресурса.
7. Особенности взаимодействия современной пресс-службы с теле и радиокомпаниями и информационными агентствами.
8. PR-тексты, подготавливаемые пресс-службой.
9. Имиджевая фотография (задачи, подходы, методы и техническое обеспечение исполнения).
10. Критерии отбора фото- и видеоматериала для наиболее выгодной подачи в СМИ.
11. Организация выпуска пресс-релизов.
12. Проведение мероприятий для журналистов пресс-конференции, брифинги, приемы).
13. Подготовка публикаций, сюжетов для СМИ с участием лидеров организации, ее специалистов.
14. Формирование договорных отношений со СМИ по информационному обслуживанию.
15. Организация творческих конкурсов для журналистов.
16. Участие в акциях, которые проводят СМИ (дискуссии, круглые столы, прямые эфиры).
17. Готовность к разрешению конфликтных ситуаций с представителями СМИ.
18. Мониторинг освещения деятельности организации в СМИ.
19. Следование информационной стратегии и принципам корпоративной идентичности организации.
20. Создание и ведение базы данных по целевым аудиториям как основы взаимодействия с ними.
21. Обеспечение обратной связи с целевыми аудиториями.
22. Создание пресс-служб в органах власти как следствие демократизации процессов государственного управления в стране.

23. Пресс-службы как поставщики официальных мнений и комментариев со стороны государственных органов управления.
24. Иерархия пресс-служб в системе государственного управления
25. Пресс-служба в органах власти как часть системы управления общественными связями. Подразделения пресс-службы.
26. Нормативные документы, фиксирующие нормы функционирования пресс-служб и информационных центров органов государственной власти (положения, инструкции)
27. Проблема информационной открытости пресс-служб
28. Задачи пресс-служб органов власти разных уровней и ветвей власти: сходство и различие.
29. Роль и статус пресс-секретаря в аппарате органа власти.
30. Соотношение информационной и имиджевой функций в работе пресс-служб органов власти.
31. Оперативное информирование населения о деятельности организации.
32. Подготовка материалов для СМИ о деятельности организации.
33. Организация и проведение брифингов, пресс-конференций.
34. Организация выступлений, интервью представителей органов власти.
35. Мониторинг СМИ.
36. Создание информационных поводов для СМИ.
37. Организация конкурсов для журналистов.
38. Креативные формы работы с журналистами и общественностью.
39. Роль и значение руководителя региональных СМИ
40. Региональное медиасообщество
41. Проблемы взаимодействия пресс-служб с медиасообществом и пути преодоления противоречий.
42. Роль и значение информационного пространства в сети Интернет для современной организации.
43. Корпоративный сайт – место в информационном пространстве организации.
44. Корпоративные и профессиональные блоги.
45. Значение социальных сетей для корпоративного информационного пространства.

Структура экзаменационного билета
Билет 1.

Вопрос 1. Первые пресс-службы и предпосылки их возникновения.
Вопрос 2. Значение социальных сетей для корпоративного информационного пространства.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба / В. В. Ворошилов. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. - 256с.

2. Кузин, С. Ильин, О. Человек медийный: Технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении [Электронный ресурс] : учебное пособие / Сергей Кузин, Олег Ильин. — М.: Альпина Паблишерз, 2014. — 258 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

8.2 Дополнительная литература

1. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Вузовский учебник, 2012. - 205 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

2. Студеникин, Н. PR-защита бизнеса в корпоративных войнах [Электронный ресурс] : практикум победителя/ Николай Студеникин. — М.: Альпина Паблишерз, 2014. - 386 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

3. Горкина, М.Б. Пять шагов от менеджера до PR-директора [Электронный ресурс] : пособие / М.Б. Горкина. — 2-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2014. — 220 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана.

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://window.edu.ru, свободный. - Загл. с экрана.
2. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru/defaultx.asp, свободный. - Загл. с экрана.

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Обучение дисциплине «Пресс-служба» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций и практических занятий. Самостоятельная работа включает: изучение теоретических разделов дисциплины; подготовку к практическим занятиям.

Таблица 7 – Методические указания к отдельным видам деятельности

Компонент учебного плана	Организация деятельности обучающихся
Лекционные занятия	В процессе проведения лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Рекомендуется избегать дословного записывания информации за преподавателем, а самостоятельно формулировать краткие формулировки основных положений лекционного материала. Желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. В ходе лекции студенты могут задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Перед началом каждой лекции рекомендуется прочесть материал предыдущего лекционного занятия с целью установления взаимосвязей нового учебного материала с усвоенным ранее для формирования целостного видения изучаемой экономической проблематики.
Практические занятия	Основой для подготовки к практическому (семинарскому) занятию является содержание лекционных занятий. Помимо этого для более глубокого понимания учебного материала необходимо использовать в процессе подготовки к занятиям учебную и учебно-методическую литературу. Показателем полноценной готовности студента к практическому занятию является способность самостоятельно излагать материал, приводить примеры, высказывать собственное мнение/критическое суждение по спорным вопросам и аргументировать свою точку зрения. Все непонятные для обучающихся вопросы подробно разбираются на практическом занятии. Поэтому при подготовке к данному виду занятия студенту рекомендуется зафиксировать непонятные вопросы (закономерности, формулы, правила и пр.) и задать их преподавателю в начале занятия до проведения опроса.
Контрольная работа	Подготовка контрольной работы включает в себя поиск литературы, знакомство с ней, написание и оформление контрольной работы. Контрольная работа оформляется в соответствии с требованиями РД 013-2016 «Текстовые студенческие работы. Правила оформления». Контрольная работа в оформленном виде должен включать титульный лист, содержание, введение, основную часть с разбивкой на разделы (и, если необходимо, на подразделы), заключение, а также список использованных источников. Список должен включать, как правило, не менее трёх названий научной, научно-популярной литературы. Объём работы должен составлять от 10 до 15 страниц компьютерного набора на листах А4 с одной стороны шрифтом 14 через полтора интервала.

В качестве опорного конспекта лекций используется электронный

учебник: Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба / В. В. Ворошилов. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. - 256с.

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

В образовательном процессе используются следующее программное обеспечение:

1 Microsoft® WindowsProfessional 7 Russian. Подтверждающий документ: Лицензионный сертификат 46243844, MSDNProductKey

2 Microsoft® Office Professional Plus 2010 Russian. Подтверждающий документ: Лицензионный сертификат 47019898, MSDNProductKey

12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для реализации программы дисциплины «Пресс-служба» используется материально-техническое обеспечение, перечисленное в таблице 8.

Таблица 8 – Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование	Назначение оборудования
С выходом в интернет + локальноесоединение	Мультимедийный класс	1 персональный ЭВМ с процессором	Проведение лекционных и практических занятий в виде презентаций

Приложение 1

Тестовые задания для входного контроля

1. Реклама – это…
А) информация о продукте;
Б) неличная форма коммуникации, осуществляемая через платные средства распространения информации с четко указанным источником финансирования;
В) сообщения, формирующее общественное мнение;
Г) информирование целевой аудитории.

2.PR–это…
А) мероприятия, способствующие стимулирования продаж;
Б) направление на создание благожелательного отношения общественности к фирме;
В) связь между производителем и потребителем;
Г) сообщения, формирующее общественное мнение.

3. Группа целевого воздействия–это…
А) совокупность сотрудников рекламного агентства, принимающих участие в проведении рекламной кампании;
Б) фактические потребители рекламной продукции;
В) категория лиц, на которых, в первую очередь, направлена рекламная информация в ее различных видах;
Г) юридические лица.

4.Какой из факторов не является составляющим «эффекта ореола»
А) фактор привлекательности
Б) фактор информированности
В) фактор «отношения к нам»
Г) фактор привлекательности.

5.Этика в переводе с греческого означает
А) обычай, нрав
Б) нравственность
В) мораль
Г) политика.

6.Специальная отрасль психологической науки, которая изучает особенности и роль психических явлений в обслуживающей деятельности работников контактной зоны и потребительской деятельности клиентов
А) психология сервиса

Б) психология управления
В) психология взаимоотношений
Г) психология рекламы и PR.

7. Стандарты поведения российского PR-специалиста представлены в…
А) уголовном кодексе РФ
Б) административном кодексе РФ
В) Конституции РФ
Г) кодексе профессионального поведения РАСО.

8. Где возникли связи с общественностью в строгом смысле слова?
А) в США
Б) в России
В) во Франции
Г) в КНР

9. Когда возникли связи с общественностью в строгом смысле слова?
А) в X веке
Б) в XIX веке
Г) в XX веке
В) в XXI веке.

10. Впервые термин связи с общественностью использовал…
А) В.И. Ленин
Б) Томас Джефферсон
В) И.В. Сталин
Г) Г. Лассуэлл.

Лист регистрации изменений к РПД

№ п/п	Содержание изменения / основание / дата внесения изменения	Количество страниц РПД	Подпись автора РПД
1	Изменения в Учебный план и календарный учебный график, одобренные Ученым советом, протокол № 6 от 01.09.2017	11	
2	Изменение наименования вуза на 1 листе - от 17.11.2017 № 467-«О» «О внесении изменений в реквизиты бланков документов университета»	1 лист (титульный)	
3	Актуализация перечня основной и дополнительной литературы. Протокол кафедры № 6 от 21.03.2018 г.	22	