Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ульяновский государственный педагогический университет
имени И.Н. Ульянова»
(ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»)

Факультет историко-филологический
Кафедра русского языка, литературы и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ С.Н. Титов
«25» июня 2021 г.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРЕСС-СЛУЖБЫ И СЛУЖБЫ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Программа учебной дисциплины модуля «Прикладные дисциплины»

основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки
42.03.02 Журналистика,

направленность (профиль) образовательной программы
Журналистика

(очная форма обучения)

Составитель: Сафронова Е.С.,
старший преподаватель кафедры русского языка, литературы и журналистики

Рассмотрено и одобрено на заседании ученого совета историко-филологического факультета, протокол от «21» июня 2021 г. № 6

Ульяновск, 2021

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01D77C644FC1E54000000006381D0002
Владелец: Титов Сергей Николаевич
Действителен: с 19.07.2021 до 19.07.2022

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современные пресс-службы и службы по связям с общественностью» относится к дисциплинам Модуля «Прикладные дисциплины» части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, направленность (профиль) образовательной программы «Журналистика», очной формы обучения.

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках дисциплин учебного плана, изучаемых обучающимися в 1-6 семестрах: Введение в специальность, Основы теории журналистики, Информационно-коммуникационные технологии и медиаинформационная грамотность, Журналистика печатных средств массовой информации, Техника и технология средств массовой информации.

Результаты изучения дисциплины являются основой для изучения дисциплин и прохождения практик: Производственная практика (профессионально-творческая), Производственная практика (преддипломная), Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

1. Перечень планируемых результатов обучения (образовательных результатов) по дисциплине

Цель освоения дисциплины «Современные пресс-службы и службы по связям с общественностью» – формирование освоение обучающимися теоретических и практических основ и принципов организации и содержания деятельности пресс-служб как в государственных учреждениях, так и на предприятиях различных форм собственности.

В результате освоения программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Современные пресс-службы и службы по связям с общественностью» (в таблице представлено соотнесение образовательных результатов обучения по дисциплине с индикаторами достижения компетенций):

Компетенция и индикаторы ее достижения в дисциплине	Образовательные результаты дисциплины (этапы формирования дисциплины)		
	знает	умеет	владеет
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. УК-2.1. Определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение	**ОР-1** основы правового регулирования проектной и исследовательской деятельности; основные этапы проектирования, виды рисков и ограничений в проектной деятельности. **ОР-4** нормативно-правовые акты, регулирующие проектную и исследовательскую деятельность; особенности	**ОР-2** определять круг задач в рамках поставленной цели и формулировать их. **ОР-5** проектировать процесс решения каждой задачи проекта, определять совокупность необходимых ресурсов для реализации каждой задачи; оценивать уровень и качество каждого ресурса, обеспечивающего выполнение определенной задачи.	**ОР-3** приемами декомпозиции цели. **ОР-6** способами решения конкретных задач проекта за установленное время; навыками публичного представления результатов решения конкретных задач проекта. **ОР-9** способами выявления резервов в целях компенсации

поставленной цели, исходя из действующих правовых норм. УК-2.2. Определяет ресурсное обеспечение для достижения поставленной цели. УК-2.3. Оценивает вероятные риски и ограничения в решении поставленных задач. УК-2.4. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач.	проектного мышления; основные этапы проектирования, их последовательность и взаимосвязь. **ОР-7** особенности содержания нормативных правовых актов в сфере регулирования проектной и исследовательской деятельности.	**ОР-8** выделять в поставленной цели основные смысловые и структурные компоненты; выявлять возможности преодоления рисков и ограничений с учетом имеющихся ресурсов и резервов; выбирать оптимальный способ решения каждой задачи проекта с учетом положений действующих нормативных правовых актов и имеющихся ресурсов и ограничений.	недостатка имеющихся ресурсов; навыками решения конкретных задач проекта на уровне заявленного качества и за установленное время; навыками публичного представления результатов проекта.
ПК-2 Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта ПК-2.1 Придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта ПК-2.2 Распределяет свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами ПК-2.3 Выполняет свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени	**ОР-10** специфику журналистского текста, его структурно-содержательного своеобразия, общие особенности журналистской деятельности; **ОР-13** основные особенности журналистской деятельности, связанные с подготовкой публикаций и работой с другими участниками медиапроизводства; **ОР-16** **имеет** системное представление об особенностях журналистской деятельности, технологиях и методах поиска информации;	**ОР-11** готовить журналистские материалы в отведённое редакционным заданием время с использованием вербальной знаковой системы в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах **ОР-14** пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями связи, организовывать и проводить интервью, работать в кадре, перед микрофоном; **ОР-17** создавать материалы в определённых жанрах и форматах с	**ОР-12** некоторыми основными навыками получения и обработки информации в соответствии с требованиями жанра; **ОР-15** стилистикой различных журналистских жанров, общими навыками публицистического анализа общественно-политической, экономической, социокультурной обстановки в стране и в мире; **ОР-18** методами анализа и навыками получения информации и её обработки,

	основных принципах формирования бюджета СМИ;	учётом отведённого бюджета времени;	навыками работы со специальной литературой по экономике СМИ.
ПК-4. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации. ПК-4.1. Информирует аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов ПК-4.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации ПК-4.3. Корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией	**ОР-19** основные типы и функции паблик рилейшнз, рекламы, основные законы в области СМИ и рекламы; типологию социальных сетей; основы коммуникационной деятельности в социальных сетях; **ОР-22** специфику взаимодействия служб по связям с общественностью и СМИ; принципы продвижения и рекламирования; формы, виды и особенности коммуникационной деятельности в социальных сетях; **ОР-25** системное представление о процессах, характеризующих современный мировой рынок рекламы и его перспективных ресурсах; основные методы изучения общественного мнения;	**ОР-20** подготовить текст рекламного сообщения и тексты для пресс-бюро и пресс-службы; налаживать и поддерживать эффективные коммуникации редакции в социальных сетях с представителями внешней и внутренней среды; использовать социальные сети в реализации журналистских проектов; **ОР-23** подготовить пресс-конференцию с участием представителей СМИ; проводить мониторинг электронных и печатных СМИ; оценить эффективность взаимодействия со СМИ; моделировать основные рекламные жанры; **ОР-26** организовать и провести развернутую рекламную компанию с использованием СМИ разного типа;	**ОР-21** навыками организации потока информации через СМИ; **ОР-24** технологиями вовлечения СМИ в процесс освещения различных мероприятий по продвижению человека, компании и т.д.; **ОР-27** системными навыками в области современных PR-технологий для создания контента на различных мультимедийных уровнях; навыками использования возможностей социальных сетей для расширения аудитории СМИ.

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

Номер семестра	Учебные занятия						Форма промежуточной аттестации
	Всего		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные занятия, час	Самостоят. работа, час	
	Трудоемк.						
	Зач. ед.	Часы					
7	4	144	24	40	-	53	экзамен
Итого:	4	144	24	40	-	53	27

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

3.1.Указание тем (разделов) и отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование раздела и тем	Количество часов по формам организации обучения			
	Лекц. занятия	Практ. занятия	Лаб. занятия	Самост. работа
7 семестр				
Тема 1. Предпосылки и этапы создания пресс-служб в России	4	6		6
Тема 2. Организация работы современной пресс-службы	4	6		6
Тема 3. Основные направления в работе российских государственных пресс-служб	4	6		6
Тема 4. Основные функции пресс-служб	2	6		6
Тема 5. Пресс-секретарь: функции и стиль	4	6		6
Тема 6. Планирование и организация взаимодействия пресс-службы со СМИ.	2	6		10
Тема 7. Роль пресс-службы в управлении репутацией организации	4	4		13
ИТОГО в 7 семестре:	**24**	**40**		**53**

3.2.Краткое описание содержания тем (разделов) дисциплины

Краткое содержание курса (7 семестр)

Тема 1. Предпосылки и этапы создания пресс-служб в России

Начало демократических преобразований в России и объективные условия для проведения государством политики гласности. Информированность общества как фактор

развития демократии. Нарушение государственной монополии на информирование общества о действиях политических институтов. Возникновение подразделений по связям с общественностью в государственных, политических и коммерческих структурах. Этапы создания пресс-служб в России. Пресс-служба как инструмент связи со средствами массовой информации. Концепция государственной информационной политики. Ресурсы (кадровые, финансовые, административные, информационно-технологические) и принципы организации информационной политики. Роль пресс-служб в реализации информационной политики.

Тема 2. Организация работы современной пресс-службы

Основные варианты структуры пресс-служб. Пресс-служба как системообразующий элемент организации, в полном объеме выполняющий функции разработки и осуществления информационной политики. Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации в целях распространения информации о деятельности фирмы, организации. Профессиональная фирма, выполняющая по договору функции пресс-службы. Аутсорсинг. Принципы организации работы пресс-службы. Полная информированность о деятельности компании, регулярный контакт с высшим руководством. Участие в планировании основной деятельности компании. Оперативное получение информации от других структурных подразделений. Наличие хороших контактов в журналистской среде. Профессионализм в обеспечении освещения социальных и политических процессов.

Тема 3. Основные направления в работе российских государственных пресс-служб

Управление СМИ и информацией, формирование собственного информационного потока, манипулирование информацией, сегментирование информационного потока, приоритетная поставка информации, информационное партнерство, эксклюзивная информация, оптимизация формы и стиля подачи материалов, публицистическая ценность. Нормативно-правовая основа организации пресс-службы. Положения о пресс-службах в государственных и негосударственных учреждениях, доступность для граждан информации, представляющей общественный интерес или затрагивающей личные интересы граждан; систематическое информирование граждан о предполагаемых или принятых решениях.

Тема 4. Основные функции пресс-служб

Основные направления деятельности: информационное обеспечение; экспертно-аналитическое обеспечение; консультативно-методическая работа; планирование и координация информационной политики; непосредственное участие в разработке программ и решений; участие в создании творческих продуктов. Основные функции пресс-службы: информационная, аналитическая, прогностическая, коммуникативная, нормативная, координационная, контроля. Вспомогательные функции пресс-службы. Цели и задачи аналитической работы в пресс-службе. Анализ и обобщение информации, формирование задач, определение программы. Исследования, составление рабочего документа, компьютерная обработка материалов.

Тема 5. Пресс-секретарь: функции и стиль

Пресс-секретарь: функции и индивидуальный стиль деятельности. Пресс-секретарь как лицо компании и руководитель структурного подразделения фирмы. Особенности взаимоотношений пресс-секретаря с первым лицом организации и его заместителями. Основные направления деятельности пресс-секретаря: обеспечение публичной деятельности руководителя, коррекция формирующегося представления о деятельности руководителя, формирование и поддержание собственного имиджа. Квалификационные требования к кандидату на должность пресс-секретаря. Роль пресс-секретаря в разработке информационной и социальной политики организации.

Тема 6. Планирование и организация взаимодействия пресс-службы со СМИ.

Разработка информационной стратегии и политики организации по работе со СМИ. Основополагающие принципы информационной политики. Характер взаимоотношений

пресслужб со средствами массовой информации: доверительность, обязательность, партнерство. Определение целей медиарилейшенз. Определение ключевых СМИ и пула журналистов. Тематическая карта организации. Сертификация спикеров. Определение процедуры взаимодействия со СМИ. Составление схемы комментирования информации, алгоритмов ответов на запросы журналистов. Управление СМИ и информацией: формирование собственного информационного потока, манипулирование информацией, сегментирование информационного потока, приоритетная поставка информации, информационное партнерство, эксклюзивная информация.

Тема 7. Роль пресс-службы в управлении репутацией организации

Имидж и репутация организации. Основные элементы фундамента позитивного имиджа. Уровень информированности о деятельности организации как показатель качества ее работы. Создание положительного имиджа руководителя ведомства. Искоренение негативных информационных поводов. Управление репутацией в условиях повышенного внимания аудитории к негативным информационным поводам. Информационная работа как форма управления в кризисных ситуациях. Работа через СМИ, публичные акции, формирование имиджа региона во внешних контурах, обратная связь. Кадровый состав, специфика социокультурной среды и региональной прессы, социально-политическая активность населения, материальные и финансовые ресурсы.

4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов является особой формой организации учебного процесса, представляющая собой планируемую, познавательно, организационно и методически направляемую деятельность студентов, ориентированную на достижение конкретного результата, осуществляемую без прямой помощи преподавателя. Самостоятельная работа студентов является составной частью учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний и навыков, поиск и приобретение новых знаний, а также выполнение учебных заданий, подготовку к предстоящим занятиям и экзамену. Она предусматривает, как правило, разработку рефератов, написание докладов, выполнение творческих, индивидуальных заданий в соответствии с учебной программой (тематическим планом изучения дисциплины). Тема для такого выступления может быть предложена преподавателем или избрана самим студентом, но материал выступления не должен дублировать лекционный материал. Реферативный материал служит дополнительной информацией для работы на практических занятиях. Основная цель данного вида работы состоит в обучении студентов методам самостоятельной работы с учебным материалом. Для полноты усвоения тем, вынесенных в практические занятия, требуется работа с первоисточниками. Курс предусматривает самостоятельную работу студентов со специальной литературой. Следует отметить, что самостоятельная работа студентов результативна лишь тогда, когда она выполняется систематически, планомерно и целенаправленно.

Задания для самостоятельной работы предусматривают использование необходимых терминов и понятий по проблематике курса. Они нацеливают на практическую работу по применению изучаемого материала, поиск библиографического материала и электронных источников информации, иллюстративных материалов. Задания по самостоятельной работе даются по темам, которые требуют дополнительной проработки.

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме разработки и презентации модели газеты для студентов, анализа вёрстки газет различных типов.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:
- изучение лекционных материалов;
- составление опорных конспектов;
- подготовка к защите презентации;
- подбор и характеристика газет различных типов;
- написание и редактирование статьи.

ОС-1 Доклад

Примерная тематика докладов

1. История создания и становления российских пресс-служб, их общая характеристика.
2. Тексты, подготавливаемые пресс-службой.
3. Психологический аспект деятельности пресс-служб.
4. Социология коммуникативных процессов в деятельности пресс-служб.
5. Пресс-служба руководителей субъектов РФ, муниципальных органов самоуправления, судов.
6. Пресс-служба президента РФ.
7. Особенности работы пресс-службы финансовых структур.
8. Пресс-служба региональной власти в субъекте РФ.
9. Контент-анализ и экспресс-анализ СМИ.
10. Информационная политика органов государственной власти и управления.

Для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине рекомендуется использовать учебно-методические материалы:

1. Артамонов В.Н. Организация самостоятельной работы студентов: учебно-методические рекомендации / В.Н. Артамонов, С.В. Зуева, Е.С. Сафронова, С.М. Шаврыгин. – Ульяновск: УлГПУ, 2018. – 31 с.

5. Примерные оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Организация и проведение аттестации студента

ФГОС ВО в соответствии с принципами Болонского процесса ориентированы преимущественно не на сообщение обучающемуся комплекса теоретических знаний, но на выработку у бакалавра компетенций – динамического набора знаний, умений, навыков и личностных качеств, которые позволят выпускнику стать конкурентоспособным на рынке труда и успешно профессионально реализовываться.

В процессе оценки бакалавров необходимо используются как традиционные, так и инновационные типы, виды и формы контроля. При этом постепенно традиционные средства совершенствуются в русле компетентностного подхода, а инновационные средства адаптированы для повсеместного применения в российской вузовской практике.

Цель проведения аттестации – проверка освоения образовательной программы дисциплины-практикума через сформированность образовательных результатов.

Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра и завершает изучение дисциплины; помогает оценить крупные совокупности знаний и умений, формирование определенных компетенций.

Оценочными средствами текущего оценивания являются: реферат, самостоятельные и контрольные работы по лингвистическому анализу текста. Контроль усвоения материала ведется регулярно в течение всего семестра на практических (семинарских, лабораторных) занятиях.

№ п/п	**СРЕДСТВА ОЦЕНИВАНИЯ,** используемые для текущего оценивания показателя формирования компетенции	Образовательные результаты дисциплины
	Оценочные средства для текущей аттестации ОС-1 Доклад ОС-2 Тестовое задание	**ОР-1** основы правового регулирования проектной и исследовательской деятельности; основные этапы проектирования, виды рисков и ограничений в проектной деятельности. **ОР-4** нормативно-правовые акты, регулирующие проектную и исследовательскую деятельность; особенности проектного мышления; основные этапы проектирования, их последовательность и взаимосвязь. **ОР-7** особенности содержания нормативных правовых актов в сфере регулирования проектной и исследовательской деятельности. **ОР-2** определять круг задач в рамках поставленной цели и формулировать их. **ОР-5** проектировать процесс решения каждой задачи проекта, определять совокупность необходимых ресурсов для реализации каждой задачи; оценивать уровень и качество каждого ресурса, обеспечивающего выполнение определенной задачи. **ОР-8** выделять в поставленной цели основные смысловые и структурные компоненты; выявлять возможности преодоления рисков и ограничений с учетом имеющихся ресурсов и резервов; выбирать оптимальный способ решения каждой задачи проекта с учетом положений действующих нормативных правовых актов и имеющихся ресурсов и ограничений. **ОР-3** приемами декомпозиции цели. **ОР-6** способами решения конкретных задач проекта за
	Оценочные средства для промежуточной аттестации **зачет (экзамен)** ОС-2 Экзамен в форме устного собеседования	

		установленное время; навыками публичного представления результатов решения конкретных задач проекта. **ОР-9** способами выявления резервов в целях компенсации недостатка имеющихся ресурсов; навыками решения конкретных задач проекта на уровне заявленного качества и за установленное время; навыками публичного представления результатов проекта. **ОР-10** специфику журналистского текста, его структурно-содержательного своеобразия, общие особенности журналистской деятельности; **ОР-13** основные особенности журналистской деятельности, связанные с подготовкой публикаций и работой с другими участниками медиапроизводства; **ОР-16** **имеет** системное представление об особенностях журналистской деятельности, технологиях и методах поиска информации; основных принципах формирования бюджета СМИ; **ОР-11** готовить журналистские материалы в отведённое редакционным заданием время с использованием вербальной знаковой системы в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах **ОР-14** пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями связи, организовывать и проводить интервью, работать в кадре, перед микрофоном; **ОР-17** создавать материалы в определённых жанрах и форматах

		с учётом отведённого бюджета времени; **ОР-12** некоторыми основными навыками получения и обработки информации в соответствии с требованиями жанра; **ОР-15** стилистикой различных журналистских жанров, общими навыками публицистического анализа общественно-политической, экономической, социокультурной обстановки в стране и в мире; **ОР-18** методами анализа и навыками получения информации и её обработки, навыками работы со специальной литературой по экономике СМИ. **ОР-19** основные типы и функции паблик рилейшнз, рекламы, основные законы в области СМИ и рекламы; типологию социальных сетей; основы коммуникационной деятельности в социальных сетях; **ОР-22** специфику взаимодействия служб по связям с общественностью и СМИ; принципы продвижения и рекламирования; формы, виды и особенности коммуникационной деятельности в социальных сетях; **ОР-25** системное представление о процессах, характеризующих современный мировой рынок рекламы и его перспективных ресурсах; основные методы изучения общественного мнения; **ОР-20** подготовить текст рекламного сообщения и тексты для пресс-бюро и пресс-службы; налаживать и поддерживать эффективные коммуникации редакции в социальных сетях с представителями внешней и внутренней среды; использовать

		социальные сети в реализации журналистских проектов; **ОР-23** подготовить пресс-конференцию с участием представителей СМИ; проводить мониторинг электронных и печатных СМИ; оценить эффективность взаимодействия со СМИ; моделировать основные рекламные жанры; **ОР-26** организовать и провести развернутую рекламную компанию с использованием СМИ разного типа; **ОР-21** навыками организации потока информации через СМИ; **ОР-24** технологиями вовлечения СМИ в процесс освещения различных мероприятий по продвижению человека, компании и т.д.; **ОР-27** системными навыками в области современных PR-технологий для создания контента на различных мультимедийных уровнях; навыками использования возможностей социальных сетей для расширения аудитории СМИ.

Описание оценочных средств и необходимого оборудования (демонстрационного материала), а также процедуры и критерии оценивания индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения образовательной программы представлены в Фонде оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине «Современные пресс-службы и службы по связям с общественностью».

Материалы, используемые для текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине

Материалы для организации текущей аттестации представлены в п.5 программы.

Материалы, используемые для промежуточного контроля успеваемости обучающихся по дисциплине

ОС-2 тестовые задания

Примерные тестовые задания

1. Что не входит в обязанности современной пресс-службы?

А. Подготовка пресс-релизов, репортажей, статей, теле- радиосценариев, речей.
Б. Контакты со СМИ
В. Выпуск брошюр, буклетов.
Г. Организация выставок, дней открытых дверей, празднований годовщин.

2. Что не входит в число основных задач пресс-службы?

А. Промоушен.
Б. Обеспечение полноты и оперативности информации об организации.
В. Информирование о продукции организации.
Г. Создание оптимальных условий работы для аккредитованных журналистов.

3. Что не является необходимым для нормальной работы пресс-службы?

А. Адекватное материально-техническое обеспечение.
Б. Контакты с представителями политических партий.
В. Наличие информационной базы и доступа к информации.
Г. Контакт с руководством.

4. Чем пресс-центры отличаются от пресс-служб?

А. Уровнем функционирования.
Б. Внутренней структурой.
В. Сроком действия.
Г. Меньшим масштабом деятельности.

5. Что не входит в число задач ответственного за связь с прессой?

А. Предоставление журналистам материалов для печати.
Б. Ответы на запросы прессы.
В. Отслеживание рейтинга СМИ.
Г. Мониторинг СМИ.

6. Какая группа не входит в постоянный состав пресс-службы?
А. Литературная.
Б. Группа аккредитации.
В. Аналитическая
Г. Творческая.

7. Что является особой задачей пресс-секретаря?

А. Встречи с журналистами.
Б. Спичрайтинг.
В. Обратная связь со СМИ.
Г. Консультирование руководства по вопросам, связанным со СМИ.

8. Что не входит в число необходимых задач пресс-секретаря?

А. Выступление в качестве надежного источника информации.
Б. Участие в разработке, обсуждении и реализации PR-программ.
В. Создание информационных поводов.
Г. Отслеживание цен на рынке прессы.

9. Что воспрещается кодексом РАСО в отношении связей со СМИ?
А. Контроль за распространением информации в прессе.
Б. Действия, наносящие ущерб репутации СМИ.
В. Бесплатная публикация новостной информации.
Г. Ограничение конфиденциальности информации.

10. Какой вид устных контактов с прессой является наиболее предпочтительным?

А. Телефонный разговор.
Б. Личная неофициальная встреча.
В. Интервью.
Г. Встреча на постороннем мероприятии.

11. Байлайнер – это:

А. Именная статья, подписанная должностным лицом фирмы, но написанная специалистом по PR.
Б. Биография руководителя фирмы.
В. Тематическое досье по какой-либо проблеме.
Г. Заявление пресс-секретаря для СМИ.

12. С какой целью составляется информационное письмо?

А. С целью информировать о мероприятии.
Б. С целью приглашения на пресс-конференцию.
В. С целью предложения интервью.
Г. С целью предоставить возможность неофициального участия в пресс-конференции организаций, не имеющих самостоя- тельного журналистского пула.

13. Коммюнике – это:

А. Сообщение о начале продажи продукта или услуги.
Б. Официальное сообщение правительства для СМИ о международных делах.
В. Изложение главных событий в организации, собирающей пресс-конференцию.
Г. Имиджевая статья.

14. Комментарий – это:

А. Рассуждение по поводу обнародованного ранее факта.
Б. Сообщение о новом событии.
В. Оперативный отклики или точка зрения на событие.
Г. Сообщение о новом назначении.

15. В состав информационного пакета для пресс-конференции не включается

А. Пресс-релиз.
Б. Пресс-дайджест.
В. Комментарии экспертов.
Г. Особые мнения участников.

16. По каким информационным поводам не пишутся специальные пресс-релизы?

А. Торжественные события в жизни фирмы или её сотрудников.
Б. Внеплановые мероприятия, являющиеся реакцией на кризис.
В. Учреждение фирмы или её филиала.
Г. Заключение крупных бизнес-соглашений.

17. Кто является ведущим пресс-конференции?

А. Ньюсмейкер.
Б. Спикер
В.Глава организации.
Г. Модератор.

18. На каком этапе развития пресс-служб государственных учреждений окончательно сформировался их современный облик?

А. 1985-1991 гг.
Б. С 2000 г. по настоящее время.
В. 1991-96 гг.
Г. 1996-2000 гг.

19. Каков рекомендуемый состав пресс-службы в местных органах власти?
А. 1 человек.
Б. 10 человек.
В. 5 человек.
Г. 3 человека.

20. Основной принцип, который лежит в основе профессиональных действий пресс-службы во время кризиса.
А) «Скажи всё полностью и без промедлений»
Б) «Молчи, не ступай в контакт со СМИ»
В) «Мы должны срочно отбросить обвинения»
Г) «Имей свою версию. Расскажи все. Расскажи быстро»

1. г
2. а
3. б
4. г
5. в
6. а
7. б
8. г
9. б
10. в
11. а
12. г
13. б
14. в
15. б
16. в
17. г
18. б

19. г
20. а

ОС-3 Экзамен в форме устного собеседования
Примерные вопросы к экзамену

1. Политические предпосылки и основные этапы создания пресс-служб в России.
2. Информационная политика организации.
3. Основные направления информационной политики организации.
4. Правовое, организационное, кадровое, финансовое обеспечение реализации информационной политики.
5. Информационные потоки в структуре пресс-службы коммерческой организации.
6. Роль пресс-служб в повышении открытости организации.
7. Цели и задачи пресс-службы.
8. Статус пресс-службы в коммерческой организации.
9. Координация работы отдела по связям с общественностью с другими структурами организации.
10. Пресс-служба администрации Президента РФ. Структура, функции и задачи.
11. Планирование и организация деятельности пресс-центра.
12. Функции пресс-служб.
13. Понятие информационного пространства.
14. СМИ как медиаполитическая система.
15. Информационная стратегия взаимодействия со СМИ.
16. Планирование и организация взаимодействия со СМИ.
17. Доминирующие и преобладающие темы информационного пространства.
18. Управление информацией: формирование собственного информационного потока.
19. Структура информационного процесса.
20. Свойства информационных сообщений.
21. Информационный резонанс.
22. Классификация форм доставки информационных сообщений.
23. Формы доставки информационных сообщений.
24. Мониторинг СМИ: текущий мониторинг и мониторинг будущего.
25. Метод количественного мониторинга.
26. Информационный аудит и составление медиапортрета организации.
27. Качественный и количественный аспекты контент-анализа.
28. Смысловые единицы контент-анализа. Классификация К. Криппендорфа. Единицы счета в контент-анализе. Классификация В. А. Ядова.
29. Анализ и обобщение информации. Пресс-клиппинг. Программа СМИ-реферат.
30. Организация и проведение пресс-конференции.
31. Организация и проведение пресс-ланча.
32. Организация и проведение пресс-тура.
33. Организация и проведение пресс-клуба.
34. Оценка роли обратной связи, ее влияние на эффективность работы пресс-службы.
35. Формы подачи информационно-новостных сообщений.
36. Специфика деятельности пресс-секретаря в коммерческих структурах.
37. Пресс-секретарь: его функции и стиль деятельности.
38. Пресс-служба и процедура аккредитации.
39. Международные представления об аккредитации.
40. Роль пресс-службы в обеспечении права журналистов на поиск и получение информации.
41. Правовое регулирование взаимодействия российского бизнеса и прессы.
42. Законодательство РФ о доступе к информации.

43. Запрос информации в государственные организации и бизнес-структуры.
44. Ограничение доступа к информации. Правовые основы.
45. Информационные технологии в деятельности пресс-службы.
46. Союз журналистов России как институт саморегулирования этических профессиональных проблем в медийном поле.
47. Информационная работа в кризисных ситуациях.
48. Основные принципы деятельности пресс-службы в условиях конфликтов и чрезвычайных ситуаций.
49. Искоренение негативных информационных поводов.
50. Особенности взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации в условиях кризиса.
51. Роль пресс-службы в управлении репутацией компании.
52. Создание положительного имиджа руководителя ведомства.

В конце изучения дисциплины подводятся итоги работы студентов на лекционных и практических занятиях путем суммирования заработанных баллов в течение семестра.

Критерии оценивания знаний обучающихся по дисциплине

Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

		Посещение лекций	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Экзамен
7 семестр	Разбалловка по видам работ	12 х 1=12 баллов	20 х 1=20 баллов	272 баллов	96 баллов
	Суммарный макс. балл	12 баллов max	32 балла max	300 баллов max	400 баллов max

Критерии оценивания работы обучающегося по итогам 5 семестра

Оценка	**Баллы (4 ЗЕ)**
«отлично»	361-400
«хорошо»	281-360
«удовлетворительно»	201-280
«неудовлетворительно»	200 и менее

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное изучение курса требует от обучающихся посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Запись **лекции** – одна из форм активной самостоятельной работы обучающихся, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удается осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу. Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать

материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией.

Подготовка к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретический материал по теме занятия (использовать конспект лекций, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, при необходимости дополнить конспект, делая в нем соответствующие записи из литературных источников). В случае затруднений, возникающих при освоении теоретического материала, студенту следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале практического занятия преподаватель знакомит студентов с темой, оглашает план проведения занятия, выдает задания. В течение отведенного времени на выполнение работы студент может обратиться к преподавателю за консультацией или разъяснениями. В конце занятия проводится прием выполненных заданий, собеседование со студентом.

Результаты выполнения практических зданий оцениваются в баллах, в соответствии с балльно-рейтинговой системой университета.

Планы практических занятий (6 семестр)

Практические занятия 1-3.

Тема 1. Предпосылки и этапы создания пресс-служб в России

Начало демократических преобразований в России и объективные условия для проведения государством политики гласности. Информированность общества как фактор развития демократии. Нарушение государственной монополии на информирование общества о действиях политических институтов. Возникновение подразделений по связям с общественностью в государственных, политических и коммерческих структурах. Этапы создания пресс-служб в России. Пресс-служба как инструмент связи со средствами массовой информации. Концепция государственной информационной политики. Ресурсы (кадровые, финансовые, административные, информационно-технологические) и принципы организации информационной политики. Роль пресс-служб в реализации информационной политики.

Практические занятия 4-6.

Тема 2. Организация работы современной пресс-службы

Основные варианты структуры пресс-служб. Пресс-служба как системообразующий элемент организации, в полном объеме выполняющий функции разработки и осуществления информационной политики. Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации в целях распространения информации о деятельности фирмы, организации. Профессиональная фирма, выполняющая по договору функции пресс-службы. Аутсорсинг. Принципы организации работы пресс-службы. Полная информированность о деятельности компании, регулярный контакт с высшим руководством. Участие в планировании основной деятельности компании. Оперативное получение информации от других структурных подразделений. Наличие хороших контактов в журналистской среде. Профессионализм в обеспечении освещения социальных и политических процессов.

Практические занятия 7-9.

Тема 3. Основные направления в работе российских государственных пресс-служб

Управление СМИ и информацией, формирование собственного информационного потока, манипулирование информацией, сегментирование информационного потока, приоритетная поставка информации, информационное партнерство, эксклюзивная информация, оптимизация формы и стиля подачи материалов, публицистическая ценность. Нормативно-правовая основа организации пресс-службы. Положения о пресс-службах в государственных и негосударственных учреждениях, доступность для граждан

информации, представляющей общественный интерес или затрагивающей личные интересы граждан; систематическое информирование граждан о предполагаемых или принятых решениях.

Практические занятия 10-12.

Тема 4. Основные функции пресс-служб

Основные направления деятельности: информационное обеспечение; экспертно-аналитическое обеспечение; консультативно-методическая работа; планирование и координация информационной политики; непосредственное участие в разработке программ и решений; участие в создании творческих продуктов. Основные функции пресс-службы: информационная, аналитическая, прогностическая, коммуникативная, нормативная, координационная, контроля. Вспомогательные функции пресс-службы. Цели и задачи аналитической работы в пресс-службе. Анализ и обобщение информации, формирование задач, определение программы. Исследования, составление рабочего документа, компьютерная обработка материалов.

Практические занятия 13-15.

Тема 5. Пресс-секретарь: функции и стиль

Пресс-секретарь: функции и индивидуальный стиль деятельности. Пресс-секретарь как лицо компании и руководитель структурного подразделения фирмы. Особенности взаимоотношений пресс-секретаря с первым лицом организации и его заместителями. Основные направления деятельности пресс-секретаря: обеспечение публичной деятельности руководителя, коррекция формирующегося представления о деятельности руководителя, формирование и поддержание собственного имиджа. Квалификационные требования к кандидату на должность пресс-секретаря. Роль пресс-секретаря в разработке информационной и социальной политики организации.

Практические занятия 16-18.

Тема 6. Планирование и организация взаимодействия пресс-службы со СМИ.

Разработка информационной стратегии и политики организации по работе со СМИ. Основополагающие принципы информационной политики. Характер взаимоотношений пресслужб со средствами массовой информации: доверительность, обязательность, партнерство. Определение целей медиарилейшенз. Определение ключевых СМИ и пула журналистов. Тематическая карта организации. Сертификация спикеров. Определение процедуры взаимодействия со СМИ. Составление схемы комментирования информации, алгоритмов ответов на запросы журналистов. Управление СМИ и информацией: формирование собственного информационного потока, манипулирование информацией, сегментирование информационного потока, приоритетная поставка информации, информационное партнерство, эксклюзивная информация.

Практические занятия 19-20.

Тема 7. Роль пресс-службы в управлении репутацией организации

Имидж и репутация организации. Основные элементы фундамента позитивного имиджа. Уровень информированности о деятельности организации как показатель качества ее работы. Создание положительного имиджа руководителя ведомства. Искоренение негативных информационных поводов. Управление репутацией в условиях повышенного внимания аудитории к негативным информационным поводам. Информационная работа как форма управления в кризисных ситуациях. Работа через СМИ, публичные акции, формирование имиджа региона во внешних контурах, обратная связь. Кадровый состав, специфика социокультурной среды и региональной прессы, социально-политическая активность населения, материальные и финансовые ресурсы.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, Интернет-ресурсов, необходимых для освоения дисциплины

Основная литература

1. Москалев, С. М. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие : [16+] / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2021. – 163 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134

2. Богданов, В. В. Теория и практика связей с общественностью: медиарилейшнз : учебное пособие / В. В. Богданов, И. М. Комарова. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2011. – 59 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228824

Дополнительная литература

1. Старикова, Ю. А. Связи с общественностью (Паблик рилейшнз): Конспект лекций : учебное пособие / Ю. А. Старикова. – Москва : А-Приор, 2010. – 95 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56308

2. Мишина, Л. А. Связи с общественностью: шпаргалка : учебное пособие : [16+] / Л. А. Мишина ; Научная книга. – 2-е изд. – Саратов : Научная книга, 2020. – 32 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=578510

Интернет-ресурсы

№ п/п	Наименование дисциплины	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	Современные пресс-службы и службы по связям с общественность ю	https://raso.ru/?ysclid=l7hyes65bm305269089	РАСО (Российская ассоциация по связям с общественностью	Свободный доступ