

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.09.2021 14:54:49
Уникальный программный ключ:
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»**

Факультет _____ **экономики и сервиса**

Кафедра _____ **маркетинга, сервиса и туризма**



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

По дисциплине _____ **Б1.В.14 Современная пресс-служба**

по направлению подготовки бакалавров _____ **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

по профилю подготовки _____ **Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

квалификация (степень) выпускника _____ **бакалавр**

форма обучения _____ **очная, заочная**

год начала подготовки _____ **2020**

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Составитель рабочей программы:

доцент, канд. соц. наук, доцент

(должность, ученое звание, степень)



(подпись)

Панина Е.А.

(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

Маркетинга, сервиса и туризма

(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой
«25» 05 2020г.



(подпись)

Кумпилова А. Р.

(Ф.И.О.)

Одобрено научно-методической комиссией факультета
(где осуществляется обучение)

«25» 05 2020г.

Председатель
научно-методического
совета направления (специальности)
(где осуществляется обучение)



(подпись)

Кумпилова А.Р.

(Ф.И.О.)

Декан факультета
(где осуществляется обучение)
«25» 05 2020г.



(подпись)

Ешугова С.К.

(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО:
Начальник УМУ
«25» 05 2020г.



(подпись)

Чудесова Н.Н.

(Ф.И.О.)

Зав. выпускающей кафедрой
по направлению (специальности)



(подпись)

Кумпилова А.Р.

(Ф.И.О.)

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины «Современная пресс-служба» является 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. Данный курс углубляет и расширяет профессиональные знания обучающихся по профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- сформировать у обучающегося практические навыки организации деятельности пресс-службы с учетом специфики работы современных пресс-служб в различных сферах общественной жизни;
- обучить принципам планирования и организации деятельности пресс-служб, формам работы пресс-службы со СМИ;
- рассмотреть функции, задачи, принципы работы и статус пресс-секретарей в структуре организации;

Предметом изучения дисциплины «Современная пресс-служба» является процесс организации деятельности современных пресс-служб в различных сферах общественной жизни.

2. Место дисциплины в структуре ОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина «Современная пресс-служба» относится к части ОП, формируемой участниками образовательных отношений. Она имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами: «Основы теории коммуникации», «Тренинг делового общения», «Иностранный язык профессионального общения», «Социология массовых коммуникаций» «Организация продвижения продукции», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Современная пресс-служба», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения учебной дисциплины у обучающегося формируются компетенции:

УК-4 - способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ПКУВ-5 - способность разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; принципы планирования работы отдела и агентства рекламы и связей с общественностью; место и роль отдела в структуре организации; функциональный принцип построения отдела рекламы и связей с общественностью; общую характеристику функций по составлению аналитических справок, обзоров и отчетов.

уметь: вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных

качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации; планировать и организовывать работу отдела; формулировать обзоры и прогнозы для руководства, анализировать эффективность содержания сообщений СМИ, подготавливать справки и отчеты.

владеть: современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой, отделом печати, отделом по связям с общественностью, центром общественных связей, маркетинговым отделом, рекламным агентством.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов).

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		7	
Контактные часы (всего)	27,35/0,76	27,35/0,76	
В том числе:			
Лекции (Л)	9/0,25	9/0,25	
Практические занятия (ПЗ)	18/0,5	18/0,5	
Семинары (С)			
Лабораторные работы (ЛР)			
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,35/0,01	0,35/0,01	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)			
Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)	36/1	36/1	
В том числе:			
Расчетно-графические работы			
Реферат			
<i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
1. Составление плана-конспекта	18/0,5	18/0,5	
2. Подготовка презентации	-	-	
3. Подготовка докладов	18/0,5	18/0,5	
Курсовой проект (работа)			
Контроль (всего)			
Форма промежуточной аттестации:			
Зачет	44,7/0,99	44,7/0,99	
Общая трудоемкость	108/3	108/3	

4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		8	
Контактные часы (всего)	14,3/0,4	14,3/0,4	
В том числе:			
Лекции (Л)	6/0,17	6/0,17	
Практические занятия (ПЗ)	8/0,22	8/0,22	

Семинары (С)			
Лабораторные работы (ЛР)			
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,25/0,01	0,25/0,01	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)			
Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)	90/2,5	90/2,5	
В том числе:			
Курсовой проект (работа)			
Расчетно-графические работы			
Реферат			
<i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
1. Составление плана-конспекта	50/0,3	50/0,3	
2. Подготовка ответов на вопросы	20/0,56	20/0,56	
3. Подготовка докладов	20/0,56	20/0,56	
4. Подготовка проекта			
Курсовой проект (работа)			
Контроль (всего)	3,75/0,1	3,75/0,1	
Форма промежуточной аттестации:			
Зачет			
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	108/3	108/3	

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
			Л	С/ЛЗ	КРАТ	СРП	Контроль		СР
1.	Предпосылки и этапы создания пресс-служб в России	1-3	2	3				6	Обсуждение докладов
2.	Организация работы современной пресс-службы	4-7	2	3				6	Блиц-опрос
3.	Основные направления в работе российских государственных пресс-служб	8-9	1	3				6	Обсуждение докладов
4.	Основные функции пресс-служб	10-11	1	3				6	Блиц-опрос
5.	Пресс-секретарь: функции и стиль	12-13	1	3				6	Тестирова-

									ние
6.	Планирование и организация взаимодействия пресс-службы со СМИ.	14-15	1	2	0,35			6	Блиц-опрос
7.	Роль пресс-службы в управлении репутацией организации	16-18	1-	1				-	Обсуждение докладов
	Промежуточная аттестация: экзамен						44,7		
	ИТОГО: 108		9/ 0,25	18/ 0,5	0,35/ 0,01		44,7/ 0,99	36/ 2,33	

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)					
		Л	ПЗ	КРАТ	СРП	Контроль	СР
7 семестр							
1.	Предпосылки и этапы создания пресс-служб в России	1	1	-	-	-	12
2.	Организация работы современной пресс- службы	1	1	-	-	-	12
3.	Основные направления в работе российских государственных пресс-служб	1	1	-	-	-	12
4.	Основные функции пресс-служб	1	1	-	-	-	12
5.	Пресс-секретарь: функции и стиль	1	1	-	-	-	12
6.	Планирование и организация взаимодействия пресс-службы со СМИ.	1	1	-	-	-	12
7.	Роль пресс-службы в управлении репутацией организации	-	2	-	-	-	6
	Промежуточная аттестация: экзамен			0,35	-	8,65	
	ИТОГО: 72	6/ 0,17	8/ 0,22	0,35/ 0,01	-	8,65/ 0,24	90/ 2,5

5.3. Содержание разделов дисциплины «Современная пресс-служба», образовательные технологии
Лекционный курс

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы / зач. ед.) ОФО	Трудоемкость (часы / зач. ед.) ЗФО	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
Тема 1.	Предпосылки и этапы создания пресс-служб в России	2/0,11	1/0,03	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.	УК-4 ПКУВ-5	Знать: место и роль отдела в структуре организации; функциональный принцип построения отдела рекламы и связей с общественностью; принципы планирования работы отдела и агентства рекламы и связей с общественностью; Уметь: вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; владеть: навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой.	Вводная лекция

Тема 2.	Организация работы современной пресс-службы	2/0,11	1/0,03	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.	УК-4 ПКУВ-5	Знать: место и роль отдела в структуре организации; функциональный принцип построения отдела рекламы и связей с общественностью; принципы планирования работы отдела и агентства рекламы и связей с общественностью; Уметь: устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации; планировать и организовывать работу отдела; формулировать обзоры и прогнозы для руководства, анализировать эффективность содержания сообщений СМИ, подготавливать справки и отчеты; владеть: навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой.	Лекции-беседы
Тема 3.	Основные направления в работе российских государственных пресс-служб	1/0,03	1/0,03	Управление СМИ и информацией, формирование собственного информационного потока, манипулирование информацией, сегментирование информационного потока, приоритетная поставка информа-	УК-4 ПКУВ-5	Знать: место и роль отдела в структуре организации; функциональный принцип построения отдела рекламы и связей с общественностью; принципы планирования работы отдела и агентства рекламы и связей с общественностью;	Лекции-беседы, интерактивные методы обучения

				ции, 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.		<p>Уметь: устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации; планировать и организовывать работу отдела; формулировать обзоры и прогнозы для руководства, анализировать эффективность содержания сообщений СМИ, подготавливать справки и отчеты;</p> <p>владеть: навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой.</p>	
Тема 4.	Основные функции пресс-служб	1/0,03	1/0,03	<p>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,</p>	УК-4 ПКУВ-5	<p>Знать: место и роль отдела в структуре организации; функциональный принцип построения отдела рекламы и связей с общественностью; принципы планирования работы отдела и агентства рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь: устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации; планировать и организовывать работу отдела; формулировать обзоры и прогнозы для руководства, анализировать эффективность содержания сообщений СМИ, подготавливать справки и отчеты;</p> <p>владеть: навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой.</p>	Проблемные лекции

				формирование задач, определение программы. Исследования, составление рабочего документа, компьютерная обработка материалов.			
Тема 5.	Пресс-секретарь: функции и стиль	1/0,03	1/0,03	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.	УК-4 ПКУВ-5	Знать: место и роль отдела в структуре организации; функциональный принцип построения отдела рекламы и связей с общественностью; принципы планирования работы отдела и агентства рекламы и связей с общественностью; Уметь: устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации; планировать и организовывать работу отдела; формулировать обзоры и прогнозы для руководства, анализировать эффективность содержания сообщений СМИ, подготавливать справки и отчеты; владеть: навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой.	Лекция-беседа
Тема 6.	Планирование и организация взаимодействия пресс-службы со СМИ	1/0,03	1/0,03	Разработка информационной стратегии и политики организации по работе со СМИ. основополагающие принципы информационной политики. Характер взаимоотношений пресс-служб со средствами массовой информации: довери-	УК-4 ПКУВ-5	Знать: место и роль отдела в структуре организации; функциональный принцип построения отдела рекламы и связей с общественностью; принципы планирования работы отдела и агентства рекламы и связей с общественностью; Уметь: устанавливать связи с людьми и	Проблемная лекция

				тельность, обязательность, партнерство. Определение целей медиарелейшенз. 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.		организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации; планировать и организовывать работу отдела; формулировать обзоры и прогнозы для руководства, анализировать эффективность содержания сообщений СМИ, подготавливать справки и отчеты; владеть: навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой, отделом печати, отделом по связям с общественностью, центром общественных связей, маркетинговым отделом, рекламным агентством.	
Тема 7.	Роль пресс-службы в управлении репутацией организации	1/0,03		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, пуб-	УК-4 ПКУВ-5	Знать: место и роль отдела в структуре организации; функциональный принцип построения отдела рекламы и связей с общественностью; принципы планирования работы отдела и агентства рекламы и связей с общественностью; Уметь: устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации; планировать и организовывать работу отдела; формулировать обзоры и прогнозы для руководства, анализировать эффективность содержания сообщений СМИ, подготавливать справки и отчеты;	Лекция-беседа

				личные 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.		владеть: навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой.	
	Итого:	9/0,25	6/0,17				

5.4. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование практических и семинарских занятий	Объем в часах / трудоемкость в з.е. ОФО		Объем в часах / трудоемкость в з.е. ЗФО	
1.	Тема 1. Предпосылки и этапы создания пресс-служб в России	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.	3	0,08	1	0,03
2.	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.	3	0,08	1	0,03
3.	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.	3	0,08	1	0,03
4.	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.	3	0,08	1	0,03
5.	Тема 5. Пресс-секретарь: функции	Пресс-секретарь: функции и индивидуальный стиль деятельности	3	0,08	1	0,03

	и стиль.	сти. 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.				
6.	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 пресс-служб со средствами массовой информации: доверительность, обязательность, партнерство.	2	0,06	1	0,03
7.	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.	1	0,03	2	0,06
	Промежуточная аттестация. Зачет					
	Итого		18	0,5	8	0,22

5.5. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены

5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

5.7. Самостоятельная работа бакалавров

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

№ п/п	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах / трудоемкость в з.е.			
				ОФО		ЗФО	
1.	Тема 1. Предпосылки	Концепция государственной ин-	11-11	6	0,17	12	0,33

	и этапы создания пресс-служб в России	формационной политики. Ресурсы (кадровые, финансовые, административные, информационно-технологические) и принципы организации информационной политики. Роль пресс-служб в реализации информационной политики.					
2.	Тема 2. Организация работы современной пресс- службы	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.	12-13	6	0,17	12	0,33
3.	Тема 3. Основные направления в работе российских государственных пресс-служб.	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.	15-16	6	0,17	12	0,33
4.	Тема 4. Основные функции пресс-служб.	Цели и задачи аналитической работы в пресс-службе. Анализ и обобщение информации, формирование задач, определение программы. Исследования, составление рабочего документа, компьютерная обработка материалов.	15-16	6	0,17	12	0,33
5.	Тема 5. Пресс-секретарь: функции и стиль.	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.		6	0,17	12	0,33
6.	Тема 6. Планирование и организация взаимодействия пресс-службы со СМИ.	Определение процедуры взаимодействия со СМИ. Составление схемы комментирования информации, алгоритмов ответов на		6	0,17	12	0,33

		запросы журналистов. Управление СМИ и информацией: формирование собственного информационного потока, манипулирование информацией, сегментирование информационного потока.					
7.	Тема 7. Роль пресс-службы в управлении репутацией организации.	Управление репутацией в условиях повышенного внимания аудитории к негативным информационным поводам. Информационная работа как форма управления в кризисных ситуациях.			-	-	6 0,16
	Итого			36	1	90	2,5

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

6.1. Методические указания (собственные разработки)

6.2. Литература для самостоятельной работы

1. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф.Китчен. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017 - 455 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81726.html>

2. Шарков, Ф.И. Коммуникология. Коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шарков Ф.И. - М.: Дашков и К, 2016. - 408 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/291622>

3. Скрипникова, Н.Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations: теоретические брифы. [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.Н. Скрипникова. - Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 53 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59126.html>

4. Чумиков, А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов [Электронный ресурс]: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: Инфра-М, 2012. - 329 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/254819>

5. Ткалич, А. И. Консалтинговый сервис [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.И. Ткалич. - Москва: Альфа-М, 2009. - 207 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/196582>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестра согласно учебному плану)	Наименование учебных дисциплин, формирующих компетенции в процессе освоения образовательной программы
УК-4 - способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	
2	Адыгейский язык
1,2	Основы теории коммуникации
3	<i>Тренинг делового общения</i>
3	<i>Тренинг ораторского искусства</i>
7	Иностранный язык профессионального общения
7	<i>Технологии управления общественным мнением</i>
7	<i>Социология массовых коммуникаций</i>
8	Пресс-служба
8	Практика
8	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПКУВ-5 - способность разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	
3	<i>Тренинг делового общения</i>
3	<i>Тренинг ораторского искусства</i>
5	Организация продвижения продукции
5	Инновационные технологии в рекламе
5	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
6	Рекламная деятельность в Интернете
6,7	Стратегический маркетинг
7	Предпринимательство в сфере рекламы и PR
7	<i>Технологии управления общественным мнением</i>
7	<i>Социология массовых коммуникаций</i>
8	Пресс-служба
8	Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	Практика
8	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
УК-4 способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
<p>УК-4.1.Выбирает на государственном и иностранном (ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.</p> <p>УК-4.2.Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.</p> <p>УК-4.3.Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.</p>					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами;.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовое задание, темы рефератов, темы докладов, вопросы к экзамену
Уметь: вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навы-	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допуска-	Успешное и систематическое применение навыков	

ками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. - навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий.			ются пробелы		
<p align="center">ПКУВ- 5 способность разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)</p> <p>ПКУВ-5.2. Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>ПКУВ-5.3. Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).</p>					
Знать: общую характеристику функций по составлению аналитических справок, обзоров и отчетов; принципы планирования работы отдела и агентства рекламы и связей с общественностью; место и роль отдела в структуре организации; функциональный принцип построения отдела рекламы и связей с общественностью;.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовое задание, темы рефератов, темы докладов, вопросы к экзамену
Уметь: устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации; планировать и организовывать работу отдела; формулировать обзоры и прогнозы для руководства, анализировать эффективность содержания сообщений СМИ, подготавливать	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

справки и отчеты...					
Владеть: навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой, отделом печати, отделом по связям с общественностью, центром общественных связей, маркетинговым отделом, рекламным агентством.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

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.

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 самостоятельного 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

Вопросы к зачету

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-рефератор.

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.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию доклада

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Критерии оценивания доклада:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформу-

лированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Оценка «**зачтено**» ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;
- о знании рекомендованной литературы,
- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участие на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Оценка «**не зачтено**» ставятся обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1 Основная литература

1 Китчен, Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф.Китчен. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017 - 455 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81726.html>

2 Шарков, Ф.И. Коммуникология. Коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шарков Ф.И. - М.:

Дашков и К, 2016. - 408 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/291622>

3 Скрипникова, Н.Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations: теоретические брифы. [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.Н. Скрипникова. - Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 53 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59126.html>

8.2. Дополнительная литература

1 Чумиков, А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов [Электронный ресурс]: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: Инфра-М, 2012. - 329 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/254819>

2 Ткалич, А. И. Консалтинговый сервис [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.И. Ткалич. - Москва: Альфа-М, 2009. - 207 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/196582>

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

- Образовательный портал ФГБОУ ВО «МГТУ» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://mkgtu.ru/>

- Информационный портал «PR-Life» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.pr-life.ru/>

- Сайт журнала «PR в России» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.rupr.ru/>

- Сайт журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.press-service.ru/>

- Сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.raso.ru/>

- Сайт справочно-информационного web-издания «PR-info» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.pr-info.ru/>

- Центр политических технологий [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.politcom.ru/>- Электронный каталог библиотеки – Режим доступа: // <http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fo12;>

- Единое окно доступа к образовательным ресурсам: Режим доступа: <http://window.edu.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Учебно-методические материалы по лекциям дисциплины

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов (дидактических единиц)	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формиру- емые компе-
---	--------------------	-----------------------------	----------------------	----------------------------

				тенции
1	2	3	4	5
<p>Тема 1. Предпосылки и этапы создания пресс-служб в России</p> <p>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.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>
<p>Тема 2. Организация работы современной пресс- службы.</p> <p>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 информа-</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>

<p>ции от других структурных подразделений. Наличие хороших контактов в журналистской среде. Профессионализм в обеспечении освещения социальных и политических процессов. Двусторонняя направленность деятельности пресс-службы. Проблема полномочий службы по связям со СМИ по отношению к другим структурам аппарата, другим пресс-службам. Регламент работы пресс-службы. Согласование позиций по степени взаимной информированности специалиста по информационной работе и руководителя организации. Положение пресс-служб в структуре организации. Влияние на поток внутриведомственных и межведомственных сообщений. Двойственный характер информации в СМИ: официальный, идущий сверху вниз, и встречный поток информации, идущий снизу вверх. Реактивная и проактивная коммуникация.</p>				
<p>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.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>
<p>Тема 4. Основные функции пресс-служб Основные направления деятельности: информационное обеспечение; экспертно-аналитическое обеспечение; консультативно-методическая работа; планирование и коорди-</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление,</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и со-</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>

<p>нация 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. Предъявление результатов исследования, количественная методика подсчета содержательных элементов текста (факт, конфликт, аргумент, тема, обобщение). Качественные характеристики публикаций (соответствие цели, информативность, актуальность, доказательность, конструктивность). Пресс-клиппинг. Мониторинг периодических изданий. Принципы отбора материалов для анализа. Разработка программы анализа материалов периодических изданий. Использование социологической информации для оценки позиций СМИ и их воздействия на аудиторию. Мониторинг телепередач и радиопередач. Анализ эфирной сетки вещания. Подготовка транскрипта телесюжета. Приемы анализа видеоряда. Влияние ритма, цвета, шумового и музыкального сопровождения на восприятие информации. Мониторинг Рунета. Информационные ленты и порталы. Электронные архивы и их использование в аналитической работе. Количественный мониторинг, определение информационного баланса. Программа СМИ-рефератор. Информационный аудит и составление медиапортрета. Отбор источников информации для анализа. Определение тем, по которым СМИ характеризуют наш объект, составление рейтинга их популярности и оценка позиции СМИ. Рекомендации для разработки медиастратегии. Метод контент-анализа. Объективный характер метода. Качественный и количественный ас-</p>	<p>проверка знаний, умений навыков</p>	<p>вершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>пособия</p>	
---	--	--	----------------	--

пект.				
<p>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. Условия, обеспечивающие эффективность работы пресс-секретаря. Высокая информированность – важное условие эффективной деятельности пресс-секретаря. Приемы и методы работы. Роль пресс-секретаря в организации и осуществлении информационных контактов руководства фирмы, организации. Дезавуирование информации. Пресс-секретарь и информационная безопасность компании. Пресс-секретарь и журналистская среда. Стратегия пресс-секретаря по информационно-новостному освещению деятельности организации.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>
<p>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 пресс-служб со средствами массовой информации: доверительность, обязательность, партнерство. Определение целей медиарилейшенз. Определение ключевых СМИ и пула журналистов. Тематическая карта организации. Сертифи-</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>

<p>кация 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. Оптимизация формы и стиля подачи материалов, публицистическая ценность. Способы подачи информации: утверждение, повторение, дробление, срочность, сенсационность. Приемы интерпретации информации. Приоритетная поставка информации. Анализ методов, приемов, форм и процедур деятельности пресс-служб. Формы подачи информационно-новостных материалов (организация и проведение пресс-конференций, брифингов, подготовка пресс-релизов, пресс-дайджестов, информационных стендов, видеоматериалов). Цели и задачи проведения специальных мероприятий для прессы. Порядок планирования пресс-конференции и подготовки ньюсмейкеров. Система оповещения и приглашения журналистов. Работа пресс-службы по анализу информационного шлейфа мероприятия. Отчеты сотрудников как форма накопления опыта. Брифинг как специфическая форма распространения информации. Особенности проведения брифингов в государственных, коммерческих структурах и общественных организациях. Типовая структура пресс-тура. Организация посещения профильных для тематики пресс-тура объектов. Методы работы пресс-служб со СМИ: личные контакты; индивидуальные беседы; совещания; семинары; обсуждения проблем. Международные представления об аккредитации. Европейский опыт в области законодательства о доступе к информации и о СМИ. Закон «О СМИ» о процедуре аккредитации. Цели аккредитации. Правила аккредитации. Права и обязанности аккредитован-</p>		<p>знаний)</p>		
--	--	----------------	--	--

ных журналистов				
<p>Тема 7. Роль пресс-службы в управлении репутацией организации</p> <p>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. Основные принципы деятельности пресс-службы в условиях конфликта и чрезвычайных ситуаций. Планирование и технологии работы пресс-службы в условиях конфликтов и кризисов. Антикризисное планирование. Разработка моделей кризисных ситуаций. Анализ рисков. Структура антикризисного плана. Работа пресс-службы с критическими материалами СМИ. Методы профилактики проявления критических материалов. Особенности взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации в условиях кризиса. Подготовка заявления для общественности. Внутрикorporативная информация в кризисной ситуации. Работа с внутренней аудиторией. Борьба со слухами. Слухи как канал передачи антикризисной информации. Формирование общественного мнения в посткризисный период. Сбор, систематизация и анализ материалов СМИ и внутренних документов, относящихся к кризисной ситуации.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>

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

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Наименование программного обеспечения, производитель	Реквизиты подтверждающего документа (№ лицензии, дата приобретения, срок действия)
Операционная система «Windows»	Договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015
VLC Media Player, VideoLAN	01.02.2019, свободная лицензия
Adobe Reader 9	Бесплатно, бессрочный
K-Lite Codec Pack, Codec Guide	Бесплатно, бессрочный
7-zip.org	GNU LGPL
Офисный пакет WPSOffice	Свободно распространяемое ПО

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>)
2. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>).

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

1. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>)
2. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>)
3. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>)
4. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>)
5. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>)
6. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>)

11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

**8. Дополнения и изменения в рабочей программе
за _____ / _____ учебный год**

В рабочую программу _____
(наименование дисциплины)

для направления (специальности) _____
(номер направления (специальности))

вносятся следующие дополнения и изменения:

Дополнения и изменения внес _____
(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

(наименование кафедры)

« ____ » _____ 20 __ г.

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (Ф.И.О.)