

## Аннотация

*рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.07 Пресс-служба направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»*

**Цели изучения дисциплины** 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.

### **Задачи дисциплины:**

- 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.

### **Основные блоки и темы дисциплины:**

- Тема 1. Предпосылки и этапы создания пресс-служб в России.
- Тема 2. Организация работы современной пресс- службы.
- Тема 3. Основные направления в работе российских государственных пресс-служб.
- Тема 4. Основные функции пресс-служб.
- Тема 5. Пресс-секретарь: функции и стиль.
- Тема 6. Планирование и организация взаимодействия пресс-службы со СМИ.
- Тема 7. Роль пресс-службы в управлении репутацией организации.

**Учебная дисциплина «Пресс-служба»** входит в перечень курсов вариативной части ОПОП.

**В результате освоения дисциплины «Пресс-служба» у обучающегося формируются следующие профессиональные (ПК) компетенции (или их элементы), предусмотренные ФГОС ВО:**

ПК-2 – владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

ПК-11 – способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

ПК-15 – владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

**знать:** технологии организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы и организации на внутреннем и на международном уровнях (ПК-2); общую характеристику функций по составлению аналитических справок, обзоров и отчетов (ПК-11); 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 (ПК-15).

**уметь:** составлять план (стратегический и тактический) в ходе своей деятельности и деятельности фирмы; принимать обоснованные экономические и управленческие решения в области профессиональной деятельности; ориентироваться в сложностях организации и оперативном планировании своей деятельности и деятельности фирмы и организации при выходе на международные рынки (ПК-2); формулировать обзоры и прогнозы для руководства, анализировать эффективность содержания сообщений СМИ, подготавливать справки и отчеты (ПК-11); устанавливать связи с людьми и

организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации; планировать и организовывать работу отдела (ПК-15).

**владеть:** навыком оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы, а также постоянной организации своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2); навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11); навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой, отделом печати, отделом по связям с общественностью, центром общественных связей, маркетинговым отделом, рекламным агентством (ПК-15).

**Дисциплина «Пресс-служба» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением тестовых заданий, самостоятельной работы над учебной литературой и завершается экзаменом.**

**Общая трудоемкость дисциплины составляет 180 часов, 5 зачетные (х) единиц(ы).**

**Вид промежуточной аттестации: экзамен.**

Разработчик  
канд. социол. наук, доцент

Зав. выпускающей кафедрой



Е.А. Панина

А.Р. Кумпилова