

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета инженерных систем и
сооружений



Яременко С.А. /
И.О. Фамилия

21 февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины
« Современные пресс-службы,
теория и практика связей с общественностью »

Направление подготовки 42.04.02 Журналистика

Профиль СМИ и интернет

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года

Форма обучения Очная

Год начала подготовки 2024г.

Автор программы


подпись

Н.Б. Бугакова

Заведующий кафедрой
русского языка и
межкультурной коммуникации


подпись

С.А. Скуридина

Руководитель ОПОП


подпись

С.А. Скуридина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели дисциплины

Введение в знание и понимание пресс-служб в системе отношений с общественностью, их роли в выполнении социально значимой функции обеспечения взаимосвязи, доверительных (комплиментных) отношений между социальными структурами, формировании общественного мнения и влиянии на управление информационной и коммуникационной политикой.

1.2. Задачи освоения дисциплины

– рассмотреть историю становления и развития пресс-служб, дать целостное представление об их структуре, целях, функциях, принципах деятельности, основных чертах их институционализации в современных условиях трансформации российского общества;

– используя современную методологию полипарадигмального подхода обучить основываться в своей практической деятельности на общесоциологических подходах к содержанию коммуникационного процесса;

– обучить системной работе с информацией и ее источниками, первыми лицами, лидерами мнений, средствами массовой коммуникации, целевыми группами общественности, организации и проведению пресс-конференций, других публичных акций, навыкам подготовки и распространения пресс-релизов, имиджевых документов, работе по созданию корпоративных изданий, программ информационно-коммуникационной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина (модуль) «Современная пресс-служба, теория и практика связей с общественностью» относится к дисциплинам обязательной части блока Б.1 учебного плана.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Современная пресс-служба, теория и практика связей с общественностью» направлен на формирование следующих компетенций:

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
-------------	---

УК-3	знать принципы и технологии выработки стратегии командной работы для достижения поставленной цели, основы лидерства и командообразования, особенности различных стилей лидерства; процессы внутренней динамики команды, технологии и методы кооперации в командной работе
	уметь применять теоретические основы выработки стратегии командной работы для достижения поставленной цели на практике
	владеть навыками организации совместной работы в команде для достижения поставленной цели
ПК-3	знать цели и задачи предлагаемого медиапроекта, принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции, структуру и задачи редакции, базовые принципы формирования организационной структуры, основы организации труда и управления, порядок заключения договоров, в том числе авторских, правила составления юридической документации
	уметь оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски, координировать действия подразделения с работой организации в целом, применять в работе информацию, полученную от аудитории
	владеть умением выявления слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ; планирования деятельности подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период; координирования действий работников; принятия оперативных решений при угрозе нарушения плана

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины «Современная пресс-служба, теория и практика связей с общественностью» составляет __3__ зачетных(е) единиц(ы).

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
Аудиторные занятия (всего)	72		72		
В том числе:					
Лекции	36		36		
Практические занятия (ПЗ), в том числе в форме практической подготовки (<i>при наличии</i>)	36		36		
Лабораторные работы (ЛР), в том числе в форме практической подготовки (<i>при наличии</i>)					
Самостоятельная работа	36		36		
Курсовой проект (работа) (есть, нет)					
Контрольная работа (есть, нет)					
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)			зачет		
Общая трудоемкость	час	108			
	зач. ед.	3			

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего, час
-------	-------------------	--------------------	------	-----------	-----------	-----	------------

1	Общая характеристика современных российских пресс-служб	История возникновения и развития пресс-служб в России. Черты институционализации пресс-служб в системе отношений с общественностью в современной российской действительности. Возрастание роли коммуникации в деятельности органов государственной власти и местного самоуправления, хозяйствующих субъектов. Глобализация информационного пространства. Информационная среда и факторы, воздействующие на нее как административно-управленческий ресурс.	6	6		6	18
---	---	---	---	---	--	---	----

2	Информационная работа государственных учреждений со СМИ и общественностью. Организация публичных акций, налаживание двусторонней связи «организация – население».	Современные варианты структуры пресс-службы и ее место в системе отношений с общественностью. Современная модель деятельности пресс-службы как системообразующего элемента организации, выполняющего функции разработки и осуществления информационно-коммуникационной политики. Теоретические проблемы коммуникации, структура социальной коммуникации, стратегические функции пресс-служб в органах государственной власти и муниципалитетов, экономических структур, социальных отраслей. Пресс-службы как институт, обеспечивающий взаимодействие социальных институтов; медиарилейшнз; экспертно-аналитическую и консультативно-методическую работу; планирование и координацию коммуникационной политики; разработку и осуществление программ медиарилейшнз; создание информационного продукта.	6	6	6	18
---	--	--	---	---	---	----

3	Структура и принципы организации современной пресс-службы	Основополагающие принципы целей, задач, тактических и стратегических функций пресс-службы. Подчиненность только первому лицу организации. Квалификационные требования к кандидатам на должность специалистов пресс-службы, пресс-секретаря как лица организации. Определение роли и места пресс-службы, пресс-секретаря в стратегии организации, формирование у руководителя понимания целей, задач и функций пресс-секретаря. Взаимодействие пресс-служб органов государственной власти, коммерческих и общественных организаций.	6	6		6	18
4	Формы и методы работы современной пресс-службы	Служба коммуникации и каналы общения. Позиционирование пресс-служб. Влияние на общественность. Новости. Цели и задачи социологической работы пресс-служб. Главные коммуникационные темы. Мониторинг средств массовой коммуникации. Принципы отбора материалов для анализа. Тематическая и авторская структура материалов СМИ. Методы использования рейтингов, социологических исследований для оценки позиций СМИ. Рефлексия деятельности, самостоятельность в изучении и внедрении профессиональных новшеств.	6	6		6	18

5	Формы и методы координации деятельности российских пресс-служб	Антикризисное управление, система антикризисных мер. Кризис-менеджмент в публичных коммуникациях. Антикризисная и кризисная коммуникация. Методология деятельности пресс-службы. Средства защиты от СМИ, журналистов – любителей сенсаций, «грязных» публикаций, возможные реакции на манипуляции общественным мнением. Минимизация эффектов кризиса, поддержка и восстановление репутации. Стратегии: наступательная, оборонительная, регрессивная, отступательная. Управление информацией с учетом временного фактора. Идентификация приоритетных целевых групп общественности.	6	6		6	18
6	Специальные виды государственных пресс-служб	Пресс-службы Администрации Президента Российской Федерации, Государственной думы, федеральных и региональных органов государственной власти, органов местного самоуправления, субъектов хозяйственной деятельности. Медиарелейшнз как отрасль знания.	6	6		6	18
Итого			36	36	-	36	108

5.2 Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины не предусматривает (выбрать нужное) выполнение курсового проекта (работы) во ___2___ семестре.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

7.1.1 Этап текущего контроля

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«не аттестован».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Не аттестован
УК-3	знать принципы и технологии выработки стратегии командной работы для достижения поставленной цели, основы лидерства и командообразования, особенности различных стилей лидерства; процессы внутренней динамики команды, технологии и методы кооперации в командной работе	Активная работа на практических занятиях	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	уметь применять теоретические основы выработки стратегии командной работы для достижения поставленной цели на практике	Решение стандартных практических задач	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	владеть навыками организации совместной работы в команде для достижения поставленной цели	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

ПК-3	знать цели и задачи предлагаемого медиапроекта, принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции, структуру и задачи редакции, базовые принципы формирования организационной структуры, основы организации труда и управления, порядок заключения договоров, в том числе авторских, правила составления юридической документации	Активная работа на практических занятиях	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	уметь оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски, координировать действия подразделения с работой организации в целом, применять в работе информацию, полученную от аудитории	Решение стандартных практических задач	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	владеть умением выявления слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ; планирования деятельности подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период; координирования действий работников; принятия оперативных решений при угрозе нарушения плана	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в _2_ семестре для очной формы обучения:

«отлично»;

«хорошо»;

«удовлетворительно»;

«неудовлетворительно»

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Отлично	Хорошо	Удовл	Неудовл
УК-3	знать принципы и технологии выработки стратегии командной работы для достижения поставленной цели, основы лидерства и командообразования, особенности различных стилей лидерства; процессы внутренней динамики команды, технологии и методы кооперации в командной работе	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	уметь применять теоретические основы выработки стратегии командной работы для достижения поставленной цели на практике	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	владеть навыками организации совместной работы в команде для достижения поставленной цели	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов
ПК-3	знать цели и задачи предлагаемого медиапроекта, принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции, структуру и задачи редакции, базовые принципы формирования организационной структуры, основы организации труда и управления, порядок заключения договоров, в том числе авторских, правила составления юридической документации	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов

уметь оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски, координировать действия подразделения с работой организации в целом, применять в работе информацию, полученную от аудитории	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов
владеть умением выявления слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ; планирования деятельности подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период; координирования действий работников; принятия оперативных решений при угрозе нарушения плана	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов

7.2 Примерный перечень оценочных средств (типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)

7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию

1. Паблик рилейшнз как профессиональный вид деятельности складывается:
 - А) В США на рубеже 19 – 20 веков.
 - Б) В США в начале 20 века.
 - В) В Великобритании в конце 19 века.
 - Г) В Канаде в первой половине 19 века.
2. Возникновению PR как профессионального вида деятельности способствовало:
 - А) Первая мировая война.
 - Б) Чартистское движение в Англии.
 - В) Становление гражданского общества и рыночной экономики в США.
 - Г) Политическая и экономическая борьба.

3. К социально-экономическим и политическим предпосылкам возникновения PR как профессионального вида деятельности относятся:
- А) Политическая воля руководителя государства.
 - Б) Политическая и экономическая борьба конкурентов.
 - В) Конкуренция в сфере экономики, политики и шоу-бизнеса.**
 - Г) Формирование общественных движений и общественных организаций.
4. Первое в мире PR-агентство создано:
- А) В США в 1920 г.
 - Б) В США в 1895 г.
 - В) В Великобритании в конце 19 века.
 - Г) В США в 1900 г.**
5. Впервые курс PR был включен в учебный план: университета:
- А) Нью-Йоркского университета в 1922 г.
 - Б) Иллинойского университета в 1918 г.
 - В) Йельского университета в 1899 г.**
 - Г) Гарвардского университета в 1918 г.
6. Первое в мире Общество PR (Ассоциация PR) было создано:
- А) В США в 30-е годы.**
 - Б) В Великобритании в 1949 году.
 - В) В США в 1948 году.
 - Г) В Канаде в 1954 г.
7. Международной ассоциацией PR (IPRA) была создана:
- А) В Сан-Франциско в 1955 г.
 - Б) В Лондоне в 1955 г.**
 - В) В Лондоне в 1968 г.
 - Г) В Афинах в 1955 г.
8. Первый Международный кодекс профессионального поведения и этики был принят:
- А) Европейской конфедерацией по связям с общественностью (CERP) в Афинах в 1965 г.
 - Б) Международной ассоциацией PR (IPRA) в Венеции в 1961 г.**
 - В) Международной ассоциацией PR (IPRA) в Вашингтоне в 1965 г.
 - Г) Международной ассоциацией PR (IPRA) в Афинах в 1965 г.
9. Европейский кодекс профессионального поведения в области PR был принят:
- А) Европейской конфедерацией по связям с общественностью (CERP) в Афинах в 1965 г.
 - Б) Международной ассоциацией PR (IPRA) в Венеции в 1961 г.
 - В) Европейской конфедерацией по связям с общественностью (CERP) в Лиссабоне в 1978 г.**
 - Г) Международной ассоциацией PR (IPRA) в Афинах в 1965 г.
10. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) была создана:
- А) В Москве в 1995 г.
 - Б) В Москве в 1991 г.**
 - В) В Санкт-Петербурге в 1992 г.
 - Г) В Санкт-Петербурге в 1993 г.

7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

1. Что такое спонсоринг?
А) подбор и организация события
Б) проведение рекламной кампании
В) организация, контроль и осуществление проекта
Г) **финансовая поддержка и ведение проекта**
2. Что такое фандрайзинг?
А) привлечение инвестиций к проекту
Б) **поиск спонсорских средств для проектов**
В) привлечение внимания к проекту
Г) поиск благотворительной помощи
3. Что является задачей текущего имиджа?
А) выбор имиджа в зависимости от цели
Б) выбор имиджа в зависимости от ситуации
В) выбор имиджа в зависимости от результата
Г) **выбор имиджа в зависимости от аудитории**
4. Что составляет содержание коммуникационного аудита?
А) системное изучение структуры коммуникации в организации
Б) системное изучение формальной коммуникации в организации
В) системное изучение неформальной коммуникации в организации
Г) **системное изучение коммуникативного поведения организации**
5. Что такое неформальное исследование?
А) изучение целевой аудитории путем анализа первичной информации
Б) **изучение рыночной ситуации путем анализа вторичной информации**
В) изучение рыночной ситуации путем анализа первичной информации
Г) изучение целевой аудитории путем анализа вторичной информации
6. Что является целью ознакомительного исследования?
А) изучение конкурентов, партнеров и потребителей
Б) изучение рынка, партнеров и СМИ
В) **изучение рынка, конкурентов и конъюнктуры**
Г) изучение рынка, аудитории и потребителей
7. Что такое опрос?
А) проводимая по определенному плану беседа, предполагающая прямой контакт интервьюера с респондентом
Б) **незаменимый прием получения информации о субъективном мире людей, их склонностях, мотивах деятельности, мнениях.**
В) важный метод сбора информации при формулятивном плане исследования
Г) незаменимый источник информации на стадии общей разведки по формулятивному плану
8. Что такое интервью?
А) **проводимая по определенному плану беседа, предполагающая прямой контакт интервьюера с респондентом**
Б) незаменимый прием получения информации о субъективном мире людей
В) важный метод сбора информации при формулятивном плане исследования

Г) проводимая по определенному плану беседа, предполагающая косвенный контакт интервьюера с респондентом

9. Что является назначением качественных методов исследования?

А) **исследование социальной значимости явления**

Б) исследование места и роли явления

В) исследование результатов явления

Г) исследование эффективности явления

10. Как называется метод оценки проведения специальных мероприятий?

А) контент-анализ

Б) **пресс-клиппинг**

В) экспресс-анализ

Г) SWOT-анализ

7.2.3 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

1. Что не является целью организации специального события?

А) позитивное паблисити

Б) **увеличение прибыли**

В) улучшение имиджа

Г) информирование целевой аудитории

2. Что является целью проведения пресс-тура?

А) демонстрация антикризисной программы

Б) **показ новых достижений**

В) заключение договоров с партнерами

Г) подписание соглашений о сотрудничестве

3. Главный критерий успешного выступления на пресс-конференции?

А) оперативность

Б) информативность

В) масштабность

Г) **коммуникабельность**

4. Что является фактором, определяющим время проведения пресс-конференции?

А) тип медиаканала

Б) тип целевой аудитории

В) **статус ньюсмейкера**

Г) график работы организации

5. Как называется документ, принимаемый по итогам круглого стола?

А) петиция

Б) **декларация**

В) резолюция

Г) прокламация

6. Что является базовым мероприятием подготовки дня открытых дверей?

А) **выбор целевой аудитории**

Б) подготовка персонала

В) выбор рекламы

- Г) взаимодействие со СМИ
7. Что является фактором участия в выставке?
- А) присутствие экспертов
- Б) **присутствие конкурентов**
- В) присутствие представителей власти
- Г) присутствие инвесторов
8. Что относится к индикаторам качества публичности на выставке?
- А) доля аудитории, планирующей купить товар
- Б) **доля аудитории, получившей личный контакт**
- В) число продаж, генерированных из числа контактов
- Г) затраты на одного посетителя
9. Как называется первая часть конференции?
- А) **тематическое заседание**
- Б) пленарное заседание
- В) секционное заседание
- Г) итоговое заседание
10. Специальные события - это:
- А) **мероприятия, проводимые в целях формирования публичного капитала организации;**
- Б) мероприятия, проводимые в неординарных местах;
- В) мероприятия, проводимые лишь в исключительных случаях;
- Г) мероприятия, проводимые по специальным технологиям.

7.2.4 Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. История возникновения и развития пресс-служб в России.
 2. Роль и место пресс-служб в системе отношений с общественностью.
 3. Сущность пресс-служб как сферы профессиональной деятельности.
- Планирование работы пресс-служб.
4. Положение о пресс-службе организации. Общие профессиональные принципы деятельности пресс-служб.
 5. Цели и задачи деятельности современных пресс-служб.
 6. Черты институционализации пресс-служб в системе связей с общественностью.
 7. Структура и принципы организации современной пресс-службы.
 8. Функции пресс-служб.
 9. Формы и методы работы современных пресс-служб.
 10. Особенности планирования работы пресс-служб. Подготовка и реализация программ медиарилейнз.
 11. Должностные обязанности пресс-секретаря.
 12. Принципы создания единого информационного пространства организации.
 13. Источники информации как основа деятельности пресс-службы.
 14. Формы и методы работы пресс-служб с персоналом организации.
 15. Методы и технологии медиапланирования.
 16. Медиарилейнз как предметная сфера пресс-служб.

17. Методология выбора канала коммуникации с целевыми группами общественности.

18. Принципы формирования информационно-коммуникационной политики органов государственной власти и местного самоуправления, хозяйствующих субъектов. Принципы построения пресс-службой внутренней и внешней коммуникации.

19. Особенности профессионального общения пресс-секретаря с журналистами.

20. Формирование системы взаимодействия пресс-секретаря с руководителем организации.

21. Критерии оценки компетентности сотрудников пресс-служб. Принципы создания резюме как инструмента позиционирования.

22. Основные правила подготовки и проведения пресс-конференций.

23. Общие принципы взаимодействия пресс-служб со средствами массовой коммуникации.

24. Принципы создания и распространения пресс-релизов.

25. Информационный повод. Принципы отбора факта для пресс-релиза.

26. Информационный регламент как основополагающий инструмент в создании единого информационного пространства.

27. Принципы взаимодействия пресс-служб с целевыми группами общественности.

28. Роль и место пресс-служб в подготовке и проведении публичных акций для ключевых групп общественности.

29. Особенности работы пресс-служб коммерческих структур.

30. Особенности работы пресс-служб в органах государственной власти.

31. Деловой протокол (служебный этикет) как фактор профессиональной компетентности сотрудников пресс-службы.

32. Роль и место пресс-служб в кризисных ситуациях.

33. Журналистика в системе пресс-служб. СМИ как объект деятельности пресс-служб.

34. Правовое поле деятельности пресс-служб.

35. Приемы ведения пресс-службой малобюджетной коммуникационной практики.

36. Аналитическая работа пресс-службы.

37. Профессиональная этика сотрудников пресс-службы. Кодексы профессиональной этики за рубежом и в российской практике.

38. Особенности работы пресс-служб федерального уровня.

7.2.5 Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену *не предусмотрен учебным планом*

7.2.6 Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Код контролируемой компетенции (или ее)	Наименование оценочного
----------	-------------------------------------	--	----------------------------

	дисциплины	части)	средства
1	Общая характеристика современных российских пресс-служб	УК-3, ПК-3	Тест, зачет, устный опрос
2	Информационная работа государственных учреждений со СМИ и общественностью. Организация публичных акций, налаживание двусторонней связи «организация – население»	УК-3, ПК-3	Тест, зачет, устный опрос
3	Структура и принципы организации современной пресс-службы	УК-3, ПК-3	Тест, зачет, устный опрос
4	Формы и методы работы современной пресс-службы	УК-3, ПК-3	Тест, зачет, устный опрос
5	Формы и методы координации деятельности российских пресс-служб	УК-3, ПК-3	Тест, зачет, устный опрос
6	Специальные виды государственных пресс-служб	УК-3, ПК-3	Тест, зачет, устный опрос

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тестирование осуществляется либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных тест-заданий на бумажном носителе. Время тестирования 30 мин. Затем осуществляется проверка теста экзаменатором и выставляется оценка согласно методике выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение стандартных задач осуществляется либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка согласно методике выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение прикладных задач осуществляется либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка согласно методике выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

8 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Гнетенев А.И., Филь М.С. Современная пресс-служба: учебник для вузов. Ростов н/Д: Феникс, 2010.
2. Кочеткова А.В., Тарасов А.С. Современная пресс-служба. М.: ЭКСМО, 2009.
3. Невоструева А.Ф. Современная пресс-служба: учеб. пособие. Пермь: Изд-во Перм. гос. техн. ун-та, 2007.
4. Невоструева А.Ф. Паблик рилейшнз в системе социологического знания. Пермь: Изд-во Перм. гос. техн. ун-та, 2010.
5. Теория и практика связей с общественностью / Кочеткова А.В. [и др.]. СПб.: Питер-Пресс, 2009.
6. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. М.: Дело АНХ, 2008.
7. Энциклопедия паблик рилейшнз. М.: Имидж-Контакт, 2009.

8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Справочная Правовая Система КонсультантПлюс; ЭБС «Университетская библиотека онлайн»; «ЭБС ЛАНЬ».

WIN HOME 10 32-bit/64-bit All Lng PK Lic Online DwnLd NR; Windows Pro Dev UpLic A Each Academic Non-Specific Professional; Office Std Dev SL A Each Academic Non-Specific Standard; Windows Server Std Core 16 SL A Each Academic Non-Specific Standard; Adobe Acrobat Reader; Blender; Croc

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Для проведения ряда лекционных занятий по дисциплине необходимы аудитории, оснащенные презентационным оборудованием (компьютер с ОС Windows и программой PowerPoint или AdobeReader, мультимедийный проектор и экран).

Для обеспечения практических занятий требуется компьютерный класс с комплектом лицензионного программного обеспечения (при использовании электронных изданий – компьютерный класс с выходом в Интернет)
Аудитории, в которых осуществляется образовательный процесс: 6332, 6333, 6341а, 6343, 6347.

10 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

По дисциплине «Современная пресс-служба, теория и практика связей с общественностью» читаются лекции, проводятся практические занятия.

Основой изучения дисциплины являются лекции, на которых излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не нашедшие отражения в учебной литературе.

Практические занятия направлены на приобретение практических навыков работы пресс-службы и осуществления связей с общественностью. Занятия проводятся путем решения конкретных задач в аудитории.

Большое значение по закреплению и совершенствованию знаний имеет самостоятельная работа студентов. Информацию о всех видах самостоятельной работы студенты получают на занятиях.

Вид учебных занятий	Деятельность студента (особенности деятельности студента инвалида и лица с ОВЗ, при наличии таких обучающихся)
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.
Практические занятия	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение задач по алгоритму.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и решение задач на практических занятиях.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Перечень вносимых изменений	Дата внесения изменений	Подпись заведующего кафедрой, ответственной за реализацию ОПОП
----------	-----------------------------	-------------------------------	--