

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.Б.23 Пресс-служба»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа прикладного бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2017

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

протокол № _____ от " ____ " _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой

связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

подпись

расшифровка подписи

Кудашова Ю.В.

Исполнители:

Стар. преподаватель

должность

подпись

расшифровка подписи

Сорокин О.Н.

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

код наименование

личная подпись

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Сорокин О.Н., 2017

© ОГУ, 2017

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

Дать студентам теоретическое представление об информационных основах пресс-службы как особого и специфического рода социальной деятельности; знакомство с современной системой прессрилейшнз, их спецификой и особенностями функционирования;

Задачи: знакомство студентов с функциями работы современной пресс-службы и современной практикой ее деятельности в контексте конкретных общественно-политических, деловых и конфликтных ситуаций; овладение практическими профессиональными навыками на разных направлениях деятельности пресс-службы независимо от их видов и типов; усвоение типичных приемов общения с современным медиасообществом; знакомство с правовыми основами функционирования современных пресс-служб.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.18 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, Б.1.Б.19 Социология массовой коммуникации, Б.1.Б.21 Основы связей с общественностью, Б.1.Б.28 Имиджелогия*

Постреквизиты дисциплины: *Б.2.В.П.2 Преддипломная практика*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p><u>Знать:</u> пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; - закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития</p> <p><u>Уметь:</u> анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств</p> <p><u>Владеть:</u> навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний</p>	ОПК-2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
<p><u>Знать:</u> предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);</p>	ОПК-6 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p>Уметь: осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации</p> <p>Владеть: Навыком работы с большими объемами информации.</p>	библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	7 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	52,25	52,25
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	34	34
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - самостоятельное изучение разделов (перечислить); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям;	91,75	91,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	диф. зач.	

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Подготовка текстовых и аудиовизуальных материалов для публикации в СМИ	24	4	6	-	12
2	Планирование и организация работы пресс-службы	40	3	4	-	25
3	Подготовка и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров	33	2	8	-	15
4	Аналитическая работа в пресс-службе	27	4	5	-	20
5	Общая характеристика российских пресс-служб	20	5	11	-	20
	Итого:	144	18	34	-	92
	Всего:	144	18	34	-	92

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел № 1 Пресс-служба основные положения

1. Основные понятия
2. История становления и развития пресс-служб, их характеристика:
3. Структура и принципы организации современной пресс-службы

Раздел № 2 PR и СМИ

1. Общие принципы взаимодействия со СМИ в практике связей с общественностью
2. Характеристика СМИ как объекта деятельности пресс-службы
3. Общие принципы построения медиарелейнз:
4. Дифференциация СМИ:

Раздел № 3 Служебные и имиджевые документы, разрабатываемые пресс-службой

1. Служебные документы
2. Имиджевые документы
3. Корпоративные издания
4. Оценка эффективности работы пресс-службы с документами

Раздел № 4 Работа со СМИ в рамках проведения PR-кампаний

1. Деятельность пресс-службы в рамках проведения PR-кампании
2. Мероприятия, направленные на установление и поддержания отношений со СМИ
3. Основные правила подготовки и проведения пресс-конференций
4. Другие формы отношений с прессой

Раздел № 5 PR-инструменты для создания публицити

1. Оперативные информационные документы в работе пресс-службы
2. Пресс-релиз как основной инструмент специалиста по публицити
3. Пресс-кит как отражение корпоративного имиджа
4. Специфика подготовки интервью

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Составить словарь основных понятий по теме «Пресс-служба. Основные положения»	2
2	1	Типовая структура современной пресс-службы. Задачи и функции пресс-службы.	4
3	1	Рассмотреть структуру и принципы организации современной пресс-службы на примере выбранной организации	4
4		Организация работы современной пресс-службы. Штат сотрудников.	4
5	2	Характер взаимоотношений пресс-службы и СМИ	4
		Работа пресс-службы в госучреждении и в коммерческой фирме.	4
6	2	«Круглый стол» на тему «Возможности и перспективы работы со СМИ в современный период»	2
7	3	Изучить положения пресс-служб различных организаций	2
8	3	Сформировать базы данных, составить медиакарту оренбургских СМИ	2
9	4	Изучить различные формы отношений с прессой: пресс-ланч; клубный вечер; роуд-шоу; приглашения на мероприятия; день открытых дверей (деловая игра).	2
10	5	Составить оперативные информационные документы	2

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
		необходимые в работе пресс-службы	
11	5	Создать пресс-релиз на заданную тему Создать пресс-кит	2
		Итого:	34

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Четвертков Н. В. Современная пресс-служба: Учебное пособие для студентов вузов / Н.В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп., (Гриф). - М.: Аспект Пресс, 2010

2. Гнетнев А.И., Филь М.С. Современная пресс-служба: Учебник / А.И. Гнетнев, М.С. Филь. - (Высшее образование)., (Гриф). - М.: Феникс, 2010

3. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба: учебник. - М.: КноРус, 2013

5.2 Дополнительная литература

1. Шарков, Ф. И.

Паблик Рилейшнз [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков; Междунар. ун-т бизнеса и упр.- 5-е изд. - Москва : Дашков и К, 2012. - 332 с. - Глоссарий: с. 310-329. - ISBN 978-5-394-01469-7.

2. Емельянов, С. М.

Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс [Текст] : учеб. пособие для вузов / С. М. Емельянов. - СПб. : Питер, 2007. - 240 с. : ил. - (Учебное пособие). - Изд. прогр. "300 лучших учеб. для высш. шк. в честь 300-летия СПб.". - Библиогр.: с. 164-166. - Прил.: с. 167-240. - ISBN 978-5-469-00088-4.

3. **Связи с общественностью. Составление документов** [Текст] : теория и практика: учеб. пособие для вузов / В. В. Данилина [и др.] ; под ред. Л. В. Минаевой. - М. : Аспект Пресс, 2006. - 288 с. - Прил.: с. 241-283. - Библиогр.: с. 284-285. - ISBN 5-7567-0422-1.

4. **Тенденции развития региональных СМИ** [Текст] : материалы научно- практ. конф., посвященной 45-летию Оренбург. телевидения / отв. ред. П. Г. Рыков . - Оренбург : ГОУ ОГУ, 2008. - 143 с

5. Четвертков Н. В.

Современная пресс-служба. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Четвертков Н. В. - Аспект Пресс, 2010. [Электронный источник](#)

5.3 Периодические издания

1. PR в России: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»
2. PR-диалог/Massmedia XXI век: журнал. - М. : АРЗИ
3. Журналистика и медиарынок: журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА
4. Пресс-служба : журнал. - М. : Агенство «Роспечать»

5.4 Интернет-ресурсы

1. http://studopedia.su/10_157563_sluzhebnie-dokumenti.html
2. https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fstudopedia.su/10_157563_sluzhebnie-dokumenti.html
3. <http://evartist.narod.ru/text19/142.htm>
4. <http://knigi.link/jurnalistika-uchebniki/sovremennaya-press-sljba-uchebnik-gnetnv-fil.html>
5. http://static.ozone.ru/multimedia/book_file/1005374737.pdf
6. <https://www.coursera.org/> - «Coursera»;
7. <https://openedu.ru/> - «Открытое образование»;
8. <https://universarium.org/> - «Универсариум»;
9. <https://www.edx.org/> - «EdX»;
10. <https://www.lektorium.tv/> - «Лекториум»;

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

Лицензионное программное обеспечение

Операционная система Microsoft Windows

Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, PowerPoint)

Инструментальные средства для распознавания текста: ABBYY FineReader

Издательская система для верстки и предпечатной подготовки разных публикаций Adobe PageMaker 7.0.2

Свободное программное обеспечение

1. Служебное и офисное ПО:

- Свободный пакет офисных приложений Apache OpenOffice. Предоставляется по лицензии Apache License 2.0. Разработчик: Apache Software Foundation. Режим доступа: <http://www.openoffice.org/ru/>.

- Кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом LibreOffice. Предоставляется по лицензии LGPLv3 и Mozilla Public License. Разработчик: The Document Foundation. Режим доступа: <https://www.libreoffice.org/>.

- Бесплатное средство просмотра файлов PDF Adobe Reader. Доступна бесплатно после принятия условий лицензионного соглашения на ПО Adobe. Разработчик: Adobe Systems. Режим доступа: <https://get.adobe.com/ru/reader/>.

- Свободный файловый архиватор 7-Zip. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Игорь Павлов. Режим доступа: <http://www.7-zip.org/>.

2. Графические редакторы, издательские системы:

- Свободный, профессиональный пакет для создания трёхмерной компьютерной графики Blender. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Blender Foundation. Режим доступа: <https://www.blender.org/download/>.

- Свободно распространяемый растровый графический редактор GIMP (GNU Image Manipulation Program). Предоставляется по лицензии GNU LGPLv3. Авторы: Питер Маттис и Спенсер Кимбелл. Разработчики: GNOME Foundation. Режим доступа: <https://www.gimp.org/downloads/>.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. компьютер;
2. проектор;
3. экран;
4. телевизор;
5. видеомаягнитофон.

К рабочей программе прилагаются:

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;

Вопросы к зачету по дисциплине « Пресс-служба».

1. Понятия «пресс-служба», «пресс-секретарь», «пресс-посредничество», «паблисити», «пресс-агент».
 2. История становления и развития пресс-служб, их характеристика.
 3. Первые пресс-секретари и пресс-службы.
 4. История формирования пресс-служб на западе.
 5. Появление пресс-посредничества.
 6. История возникновения и общая характеристика современных российских пресс-служб.
 7. Структура и принципы организации современной пресс-службы.
 8. Место и роль пресс-службы в структуре организации.
 9. Цели и задачи пресс-службы.
 10. Классификация и организационная структура пресс-служб.
 11. Функции и принципы деятельности современной пресс-службы.
 12. Специфика работы пресс-служб в различных сферах общественной жизни.
 13. Функции работников пресс-службы.
 14. Профессиональные качества пресс-секретаря.
 15. Этика деятельности сотрудников пресс-служб.
 16. Общие принципы взаимодействия со СМИ в практике связей с общественностью.
 17. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ.
 18. Понятия «новость», «информационный повод».
 19. Ньюсмейкинг как одна из задач пресс-служб.
 20. Две условные модели новостного производства: make story and make sense.
 21. Характеристика СМИ как объекта деятельности пресс-службы.
 22. Структура медиамикса.
 23. Общие принципы построения медиарилейшнз
 24. Пресс-секретарь как организатор эффективных медиарилейшнз.
 25. Дифференциация СМИ.
 26. Возможности и перспективы работы со СМИ в современный период: телевидение, пресса, радио, журналы, Интернет.
 27. Служебные документы
 28. Положение о пресс-службе, регламент сотрудников и руководителя пресс-службы.
 29. Концепция информационной кампании: целеполагание, формирование стратегии и выбор тактических мероприятий.
 30. Бюджетное обоснование, источники финансирования пресс-службы.
 31. Техническое задание на выполнение определенных работ.
- «Красная папка» кризисного реагирования
32. Характеристика СМИ как объекта деятельности пресс-службы.
 33. Общие принципы построения медиарилейшнз
 34. Дифференциация СМИ, возможности и перспективы работы с ними в современный период.
 35. Служебные документы, разрабатываемые пресс-службой.
 36. Имиджевые документы, разрабатываемые пресс-службой.
 40. Корпоративные СМИ.
 41. Оценка эффективности работы пресс-службы с документами.
 42. Деятельность пресс-службы в рамках проведения PR-кампании.

- 43.Создание медиакарты (базы данных для рассылки информации).
- 44.Создание целевого журналистского пула.
- 45.Мероприятия, направленные на установление и поддержания отношений со СМИ.
- 46.Пресс-туры.
- 47.Брифинги.
- 48.Презентации.
- 49.Пресс-ланч.
- 50.Клубный вечер.
- 51.Роуд-шоу.
- 52.Основные правила подготовки и проведения пресс-конференций.
- 53.Информационное обслуживание пресс-конференций.
- 54.Информационный пакет документов и материалов: тематическое досье, заявление 55.для печати, обращение лидеров, опровержение, информационный бюллетень, экспресс обзоры, досье, коммюнике.
- 56.Оперативные информационные документы в работе пресс-службы.
- 57.Медиацит.
- 58.Пресс-кит.
- 59.Бэкграундер.
- 60.Пресс-релиз как основной инструмент специалиста по паблсити.
- 61.Разница между пресс-релизом и новостным релизом.
- 62.Пирамида создания пресс-релиза «5 Н и 1 W».
- 63.Требования к написанию пресс-релиза.
- 64.Пресс-кит как отражение корпоративного имиджа.
- 65.Основные компоненты пресс-кита.
- 66.«Золотое правило» создание пресс-кита.
- 67.Специфика подготовки интервью.