

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Оренбургский государственный университет»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**ДИСЦИПЛИНЫ**

*«Б1.Д.Б.25 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)

Квалификация

*Бакалавр*

Форма обучения

*Заочная*

Год набора 2019

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

протокол № 6 от 11 февраля 2019 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

подпись

Ю.В. Кудашова

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент

должность

подпись

Ю.В. Кудашова

расшифровка подписи

Ст. преподаватель

должность

подпись

О.Н. Сорокин

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

код наименование

личная подпись

Ю.В. Кудашова

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

расшифровка подписи

№ регистрации \_\_\_\_\_

© Кудашова Ю.В.,  
Сорокин О.Н., 2019  
© ОГУ, 2019

## 1 Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель (цели)** освоения дисциплины:

*формирование общекультурных и профессиональных компетенций, позволяющих будущему специалисту участвовать в реализации информационной деятельности органов государственной власти и управления, коммерческих структур, общественных организаций, политических партий.*

**Задачи:**

*знакомство студентов с функциями работы 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.*

## 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.22 Основы связей с общественностью, Б1.Д.Б.27 Технологии управления общественным мнением, Б1.Д.Б.31 Основы медиапланирования, Б2.П.Б.У.1 Профессионально-ознакомительная практика, Б2.П.В.П.1 Профессионально-творческая практика*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.24 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью*

## 3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5-В-1 ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<b>Знать:</b> совокупность политических и экономических факторов <b>Уметь:</b> применять знания о совокупности различных факторов в развитии медиакоммуникаций <b>Владеть:</b> основами медиакоммуникации; анализированием медиа продуктов
	ОПК-5-В-2 ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<b>Знать:</b> специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиа системы <b>Уметь:</b> осуществлять профессиональные

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		действия в сфере рекламы и связей с общественностью <b>Владеть:</b> основными навыками, необходимыми современным специалистам в коммуникации.

## 4 Структура и содержание дисциплины

### 4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	6 семестр	всего
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
<b>Контактная работа:</b>	<b>13,25</b>	<b>13,25</b>
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
<b>Самостоятельная работа:</b> - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям;	<b>130,75</b>	<b>130,75</b>
<b>Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)</b>	<b>экзамен</b>	

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Разновидности пресс-служб в современной России	20	1	2		12
2	Особенности деятельности пресс-служб: информационный и аналитический аспекты	25	1	3		28
3	Основные направления в работе российских государственных пресс-служб.	30	0	1		32
4	PR и СМИ	40	1	1		32
5	PR-инструменты для создания паблисити	29	1	1		28
	Итого:	144	4	8		132
	Всего:	144	4	8		132

## 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	Типовая структура современной пресс-службы. Задачи и функции пресс-службы.	2
2	1	Рассмотреть структуру и принципы организации современной пресс-службы на примере выбранной организации Организация работы современной пресс-службы. Штат сотрудников.	2
3	2-4	«Круглый стол» на тему «Возможности и перспективы работы со СМИ в современный период»	2
4	5	Составить оперативные информационные документы необходимые в работе пресс-службы	2
		Итого:	8

## 5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Основная литература

1. Четвертков, Н.В. Современная пресс-служба : учебное пособие / Н.В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2010. - 192 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7567-0581-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104327> (01.08.2019).

### 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

### 5.3 Периодические издания

1. PR в России: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»
2. Журналистика и медиарынок: журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА
3. Пресс-служба : журнал. - М. : Агенство «Роспечать»

### 5.4 Интернет-ресурсы

1.[http://studopedia.su/10\\_157563\\_sluzhebnie-dokumenti.html](http://studopedia.su/10_157563_sluzhebnie-dokumenti.html)

2.<https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%>

3.<http://evartist.narod.ru/text19/142.htm>

4.<http://knigi.link/jurnalistika-uchebniki/sovremennaya-press-služba-uchebnik-gnetnv-fil.html>

5.[http://static.ozone.ru/multimedia/book\\_file/1005374737.pdf](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**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

### ***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 и 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. Медиакит.
58. Пресс-кит.
59. Бэкграундер.
60. Пресс-релиз как основной инструмент специалиста по публичности.
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.