Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.26 Пресс-служба»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

Реклама и связи с общественностью в информационном обществе

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2023

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.Б.26 Пресс-служба*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры

наименование кафедры

протокол № 8 от "16" февраля 2023 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии — Т.Ю. Димитрова
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
доцент — О.С. Кудрявцева
должность *подпись* *расшифровка подписи*

должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью — Ю.В. Кудашова
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки — Н.Н. Бигалиева
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета — Е.Ф. Томина
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Кудрявцева О.С., 2023
© ОГУ, 2023

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, позволяющих будущему специалисту 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, 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 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	**Знать:** совокупность политических и экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях **Уметь:** применять знания о совокупности различных факторов в развитии медиакоммуникаций **Владеть:** основами медиакоммуникации; анализа медиапродуктов

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
Общая трудоёмкость	**144**	**144**
Контактная работа:	**13,25**	**13,25**
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- написание реферата (Р);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);* *- подготовка к практическим занятиям*	**130,75**	**130,75**
Вид итогового контроля	**экзамен**	

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 медиарилейшнз:
4. Дифференциациация СМИ:

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

1. Служебные документы
2. Имиджевые документы

3. Корпоративные издани
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 паблисити

1. Оперативные информационные документы в работе пресс-службы
2. Пресс-релиз как основной инструмент специалиста по паблисити
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	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

Связи с общественностью : теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие : [16+] / А. Ю. Горчева, Т. Э. Гринберг, И. А. Красавченко [и др.] ; ред. В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2018. – 224 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496006

Москалев, С. М. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие : [16+] / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2021. – 163 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134

5.2 Дополнительная литература

Сальникова, Л. С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе : учебник для студентов вузов / Л. С. Сальникова ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. – Москва : Аспект Пресс, 2015. – 296 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456636

Луговой, Д. Б. Копирайтинг : учебное пособие : [16+] / Д. Б. Луговой ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2017. – 131 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483728

Шевченко, Д. А. Создание коммерческого предложения : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 208 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686479

Саидов, Х. Дипломатическая и консульская служба : учебное пособие для студентов направления подготовки «Международные отношения» : [16+] / Х. Саидов, И. Н. Наимов ; Российско-Таджикский (славянский) университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Душанбе : Российско-Таджикский (Славянский) университет, 2022. – 716 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699785

5.3 Периодические издания

PR в России: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»,.
PR-диалог/Massmedia XXI век: журнал. - М. : АРЗИ
Журналистика и медиарынок: журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА
Маркетинг: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»
Маркетинговые коммуникации: журнал. - М. : Агентство «Роспечать».
Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
Советник : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
РБК: журнал. – М.: ООО «Бизнес Пресс».

5.4 Интернет-ресурсы

http://advertology.ru/ - новости рекламного и PR рынка, статьи, репортажи, актуальная информация о правовых аспектах рекламной деятельности.

http://www.prnews.ru/ - сайт компании PR News – лидера в области исследования компаний, мониторинг СМИ, медианалитика, коммуникационные исследования.

http://www.raso.ru/ - сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью.

http://www.rbc.ru/ - журнал, телеканал «РосБизнесКонсалтинг (РБК)», аналитические статьи, передачи, актуальная экономическая и политическая информация.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru
2. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2023]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
3. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2023]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe
4. http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

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.