

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
Социально-гуманитарный факультет
И.В. Цевелева Цевелева И.В.
«28» ноября 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Пресс-служба»

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Квалификация выпускника	Бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2021
Форма обучения	Очная форма
Технология обучения	Традиционная

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
4	7	5

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Экзамен	Кафедра «История и культурология»

Разработчик рабочей программы:

доцент кафедры «История и культу-
рология», кандидат культурологии,
доцент

(должность, степень, ученое звание)



(подпись)

Тимофеева И.Ю.

(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой
«История и культурология»
(наименование кафедры)



(подпись)

Петрунина Ж.В.

(ФИО)

1 Введение

Рабочая программа и фонд оценочных средств дисциплины «Пресс-служба» составлены в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Минобрнауки Российской Федерации, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Основание для определения профессиональных компетенций и практической подготовки:

- Профессиональный стандарт 06.009 «СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ». Обобщенная трудовая функция: В. Организация продвижения продукции СМИ

- Профессиональный стандарт 06.013 «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ РЕСУРСАМ». Обобщенная трудовая функция: С. Управление (менеджмент) информационными ресурсами.

ТФ 3.2.1 НУ-4 Выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.

Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - познакомить обучающихся с методологическими и технологическими разработками в сфере управленческих коммуникаций применительно к организации пресс-службы; - сформировать представление о специфике работы пресс-службы; - сформировать умения и навыки работы в пресс-службе.
Основные разделы дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Организация, структура и функционирование современной пресс-службы 2. Основные направления профессиональной деятельности пресс-службы

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины «Пресс-служба» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Профессиональные		
ПК-1 Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеть отдельными методами их реализации	ПК-1.1 Знает особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью ПК-1.2 Умеет	Знать базовые принципы формирования медиасистем, инновационные практики в сфере массмедиа, методы изучения аудитории, природу и роль общественного мнения. Уметь ориентироваться в

	самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью ПК-1.3 Владеет навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий	мировых тенденциях развития медиаотрасли, базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации. Владеть навыками индивидуальной и коллективной журналистской деятельности, включающей публикации и работу с другими участниками медиапроизводства.
ПК-2 Способен осуществлять подготовку необходимой проектной документации	ПК-2.1 Знает особенности, виды и методы подготовки проектной документации в области рекламы и связей с общественностью ПК-2.2 Умеет готовить необходимую проектную документацию в области рекламы и связей с общественностью ПК-2.3 Владеет навыками подготовки в соответствии с формальными и содержательными требованиями необходимой проектной документации в области рекламы и связей с общественностью	Знать роль, функции и структуру пресс-службы, основные принципы планирования и организации деятельности пресс-службы, функции пресс-секретаря. Уметь готовить текстовые материалы для публикации в СМИ, формулировать информационные поводы для СМИ, планировать и проводить пресс-конференций, пресс-туры, готовить аналитические записки и обзоры СМИ; разрабатывать выступления руководителей организации. Владеть навыками планирования деятельности пресс-службы, создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью.
ПК-3 Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет	ПК-3.1 Знает особенности и технологии осуществления рекламной и PR-кампаний в сети Интернет ПК-3.2 Умеет самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Интернет ПК-3.3 Владеет навыками использования возможностей сети Интернет в целях рекламы и связей с общественностью	Знать порядок ведения пресс-службой аккаунтов в социальных сетях, специфику взаимодействия с интернет-аудиторией. Уметь организовать работу пресс-службы в сети интернет. Владеть навыками составления контент-плана, подготовки текстов и визуальных элементов для размещения на официальных аккаунтах социальных сетей и сайтов организации.

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Пресс-служба» изучается на 4 курсе, 7 семестре.

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к базовой части.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения, навыки и / или опыт практической деятельности, сформированные в процессе изучения дисциплин / практик: «Теория связей с общественностью», «Теория рекламы», «Имиджелогия», «Брендинг», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Мастер-класс "Проектирование в рекламе"», «Презентация проектов в рекламе и связях с общественностью», «Организация работы отдела рекламы», «Организация работы отдела связей с общественностью», «Мастер-класс "Проектирование в связях с общественностью"», «Управление инновационными проектами», «Производственная практика (профессионально-творческая практика), 6 семестр», «Бизнес- планирование в рекламе и связях с общественностью», «Производственная практика (профессионально-творческая практика), 6 семестр», «Интернет-журналистика», «Социальные сети как средство коммуникации», «Б1.В.ДВ.01.01 Продвижение в интернете», «Б1.В.ДВ.01.02 Коммуникации в постиндустриальном обществе», «Производственная практика (профессионально-творческая практика), 6 семестр».

Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Пресс-служба», будут востребованы при изучении последующих дисциплин: «Производственная практика (профессионально-творческая практика), 8 семестр», «Преддипломная практика», «Производственная практика (профессионально-творческая практика), 8 семестр», «Преддипломная практика», «Производственная практика (профессионально-творческая практика), 8 семестр», «Преддипломная практика».

Дисциплина «Пресс-служба» частично реализуется в форме практической подготовки.

4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 з.е., 180 акад. час.

Распределение объема дисциплины (модуля) по видам учебных занятий представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
Общая трудоемкость дисциплины	180
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего	64
В том числе:	
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками) в том числе в виде практической подготовки	32
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия) в том числе в виде практической подготовки	32 10
иная контактная работа	1

Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	80
Промежуточная аттестация обучающихся – Экзамен	35

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебной работы

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			СРС
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
1. Организация, структура и функционирование современной пресс-службы				
История развития пресс-службы	2	2		5
Классификация и организационная структура пресс-службы	2	2		5
Функции и принципы деятельности пресс-службы. Функции пресс-секретаря	2	2*		5
Правовые основы деятельности пресс-службы	2	2		5
2. Основные направления профессиональной деятельности пресс-службы				
Основные направления пресс-службы	4	2		6
Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ, общественностью и организациями	2	2		6
Функции и структура современной пресс-службы в государственных и муниципальных органах власти	2	2		6
Пресс-служба в коммерческой структуре	2	2		6

Виды и особенности пресс-мероприятий	2	2*		6
Организация и проведение пресс-конференции	2	2*		6
Основные PR-документы в работе пресс-службы	2	2 2*		6
PR-тексты как инструмент эффективного взаимодействия со СМИ	2	2 2*		6
Ведение аккаунтов социальных медиа как направление деятельности пресс-службы	4	4		6
KPI деятельности пресс-службы	2	-		6
ИТОГО по дисциплине	32	32		80

*проводятся в форме практической подготовки

6 Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

При планировании самостоятельной работы студенту рекомендуется руководствоваться следующим распределением часов на самостоятельную работу (таблица 4):

Таблица 4 – Рекомендуемое распределение часов на самостоятельную работу

Компоненты самостоятельной работы	Количество часов
Изучение теоретических разделов дисциплины	20
Подготовка к занятиям семинарского типа	50
Подготовка и оформление контрольной работы	10
	80

7 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации представлен в Приложении 1.

Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), практике хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

1. Ахметова Л. Пресс-релиз. Пресс-конференция. Опыт работы : учебное пособие / Ахметова Л.. — Алматы : Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2013. — 90 с. — ISBN 978-601-04-0128-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная

система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/59866.html> (дата обращения: 08.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Бусыгина М.В. Вербальные характеристики жанра «пресс-релиз» в медиадискурсе : учебное пособие / Бусыгина М.В., Желтухина М.Р.. — Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, ПринТерра-Дизайн, 2016. — 96 с. — ISBN 978-5-98424-199-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/66640.html> (дата обращения: 08.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Бусыгина М.В. Медиажанр «пресс-релиз» : учебное пособие / Бусыгина М.В., Желтухина М.Р.. — Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, ПринТерра-Дизайн, 2016. — 108 с. — ISBN 978-5-98424-200-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/66641.html> (дата обращения: 08.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4. Невоструева А.Ф. Современная пресс-служба : учебно-методический комплекс / Невоструева А.Ф.. — Пермь : Пермский государственный технический университет, 2011. — 69 с. — ISBN 978-5-398-00569-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110477.html> (дата обращения: 08.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

5. Четвертков, Н.В. Современная пресс-служба : учеб. пособие для студентов вузов / Н.В. Четвертков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 191 с. - ISBN 978-5-7567-0581-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039468> (дата обращения: 08.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.2 Дополнительная литература

1. Банкин, А. Контент-маркетинг для роста продаж : практическое руководство / А. Банкин. - Санкт-Петербург : Питер, 2019. - 272 с. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 978-5-4461-1075-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1817673> (дата обращения: 08.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Гундарин, М. В. Книга руководителя отдела PR : практическое руководство / М. В. Гундарин. - 2-е изд., дополн. - Санкт-Петербург : Питер, 2009. - 336 с. - (Серия «Совет директоров»). - ISBN 978-5-388-00350-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1816051> (дата обращения: 08.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

3. Кремнев, Д. Продвижение в социальных сетях : практическое руководство / Д. Кремнев. - Санкт-Петербург : Питер, 2011. - 160 с. - ISBN 978-5-459-00780-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1815652> (дата обращения: 08.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

4. Назайкин Н.А. Эффективный рекламный текст в СМИ : монография / Назайкин Н.А.. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. — 480 с. — ISBN 978-5-211-06202-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/13128.html> (дата обращения: 08.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

8.3 Методические указания для студентов по освоению дисциплины

8.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

- 1 Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор № 4997 эбс ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 004 6311 244 от 13 апреля 2021 г.
- 2 Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП 44/4 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 003 6311 244 от 05 февраля 2021 г.
- 3 Образовательная платформа Юрайт. Договор № ЕП44/2 на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010001 6311 244 от 02 февраля 2021 г.
- 4 Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU (периодические издания) Договор № ЕП 44/3 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 211 272 7000769 270 301 001 0010 002 6311 244 от 04 февраля 2021 г.

8.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Для понимания концептуальных подходов, рассматриваемых на лекционных занятиях, студентам необходимо постоянное обращение к периодическим изданиям, представляющим актуальные исследования процессов массовой коммуникации. Среди таких изданий, прежде всего, следует выделить:

- журнал «Пресс-служба» (www.press-service.ru);
- журнал “Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены” (www.wciom.ru);
- информационно-аналитический журнал “Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии” (www.levada.ru);
- ежемесячник «Советник», издание Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО) (www.SOVETNIK.ru);
- журнал «Сообщение» (www.soob.ru);
- журнал PR-Week (www.prweek.com);
- Вестник Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации (oad.rags.ru/vestnikrags/index.htm);
- Российская газета (www.rg.ru);
- Независимая газета (www.ng.ru);
- Коммерсантъ (www.kommersant.ru);
- Газета.ru (www.gazeta.ru).

8.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Таблица 5 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты / условия использования
Microsoft Imagine Premium	Лицензионный договор АЭ223 №008/65 от 11.01.2019
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/license.html

9 Организационно-педагогические условия

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом иписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) - русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

9.1 Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

9.2 Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

9.3 Занятия семинарского типа

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

9.4 Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя,

характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

9.5 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

10 Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

10.1 Учебно-лабораторное оборудование

Аудитория	Наименование аудитории	Используемое оборудование
-----------	------------------------	---------------------------

	(лаборатории)	
Аудитория с выходом в Internet + локальное соединение	Учебная аудитория для занятий лекционного и семинарского типа (медиа)	компьютер; экран с проектором

10.2 Технические и электронные средства обучения

Лекционные занятия.

Аудитории для лекционных занятий укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия, тематические иллюстрации).

Практические занятия.

Аудитории для практических занятий укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа. Помещение для самостоятельной работы оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде КнАГУ:

- компьютерный класс 401-1, 331-1

11 Иные сведения

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);

- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);

- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

«Пресс-служба»

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Квалификация выпускника	Бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2020
Форма обучения	Очная форма
Технология обучения	Традиционная

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
4	7	5

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Экзамен	Кафедра «История и культурология»

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Профессиональные		
<p>ПК-1 Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеть отдельными методами их реализации</p>	<p>ПК-1.1 Знает особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью ПК-1.2 Умеет самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью ПК-1.3 Владеет навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий</p>	<p>Знать базовые принципы формирования медиасистем, инновационные практики в сфере массмедиа, методы изучения аудитории, природу и роль общественного мнения. Уметь ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации. Владеть навыками индивидуальной и коллективной журналистской деятельности, включающей публикации и работу с другими участниками медиапроизводства.</p>
<p>ПК-2 Способен осуществлять подготовку необходимой проектной документации</p>	<p>ПК-2.1 Знает особенности, виды и методы подготовки проектной документации в области рекламы и связей с общественностью ПК-2.2 Умеет готовить необходимую проектную документацию в области рекламы и связей с общественностью ПК-2.3 Владеет навыками подготовки в соответствии с формальными и содержательными требованиями необходимой проектной документации в области рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать роль, функции и структуру пресс-службы, основные принципы планирования и организации деятельности пресс-службы, функции пресс-секретаря. Уметь готовить текстовые материалы для публикации в СМИ, формулировать информационные поводы для СМИ, планировать и проводить пресс-конференций, пресс-туры, готовить аналитические записки и обзоры СМИ; разрабатывать выступления руководителей организации. Владеть навыками планирования деятельности пресс-службы, создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью.</p>
<p>ПК-3 Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет</p>	<p>ПК-3.1 Знает особенности и технологии осуществления рекламной и PR-кампаний в сети Интернет</p>	<p>Знать порядок ведения пресс-службой аккаунтов в социальных сетях, специфику взаимодействия с интернет-аудиторией.</p>

	<p>ПК-3.2 Умеет самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Интернет</p> <p>ПК-3.3 Владеет навыками использования возможностей сети Интернет в целях рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Уметь организовать работу пресс-службы в сети интернет. Владеть навыками составления контент-плана, подготовки текстов и визуальных элементов для размещения на официальных аккаунтах социальных сетей и сайтов организации.</p>
--	---	---

Таблица 2 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины	Формируемая компетенция	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
1. Организация, структура и функционирование современной пресс-службы	ПК-1 ПК-2	Тест Практическое задание Контрольная работа Вопрос экзамена	Знает основные принципы организации и функционирования пресс-службы. Понимает роль пресс-службы в процессах взаимодействия с общественностью. Умение анализировать работу пресс-службы. Владеет навыками анализа и оценки работы пресс-службы. Знает структурные особенности современной пресс-службы. Знает должностные обязанности специалистов пресс-службы. Умеет действовать в соответствии с функциональными обязанностями. Владеет навыком осуществления должностных обязанностей специалиста пресс-службы.
2. Основные направления профессиональной деятельности пресс-службы	ПК-1 ПК-2 ПК-3	Тест Практическое задание Контрольная работа Вопрос экзамена	Знает основные направления работы современной пресс-службы. Умеет решать различные профессиональные задачи в рамках работы в пресс-службе. Владеет навыком решения профессиональных задач в рамках работы в пресс-службе.

2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 3).

Таблица 3 – Технологическая карта

Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
7 семестр Промежуточная аттестация в форме «Экзамен»			
Тест	В течение семестра	1 вопрос – 0,1 балла Максимальное количество баллов - 10	За каждый верный ответ 0,1 балла
Практическое задание	В течение семестра	5 баллов Максимальное количество баллов - 80	0 баллов задание не выполнено 2 балла задание выполнено частично, имеются грубые ошибки в содержании текста задания 3 балла задание выполнено полностью, однако имеются ошибки и недочеты 5 баллов задание выполнено полностью без ошибок, допустимо наличие некоторых неточностей.
Контрольная работа	14-16 неделя	10 баллов	10 баллов - студент правильно выполнил задание. Показал отличные владения навыками применения полученных знаний и умений в рамках усвоенного учебного материала. 8 баллов - студент выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений в рамках усвоенного учебного материала. 5 баллов - студент выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений в рамках усвоенного учебного материала. 3 балла - при выполнении задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения навыками применения полученных знаний и умений в рамках усвоенного учебного материала. 0 баллов – студент не предоставил выполненное задание
Вопрос экзамена	Сессия	30 баллов	30 баллов - студент обстоятельно с достаточной полнотой излагает содержание соответствующего вопроса, речь правильна, понятна, может обосновать свой ответ, привести примеры, правильно отвечает на дополнительные вопросы 20 баллов дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и изложенные выше, но

			допускаются единичные недочеты, которые он исправляет после замечания преподавателя 10 баллов ответы обрывистые, нечёткие, речь сумбурна, отсутствуют аргументы, обоснования, неверно отвечает на дополнительные вопросы
Текущий контроль:		100 баллов	
ИТОГО:		130 баллов	
<p>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: 0 – 64 % от максимально возможной суммы баллов – «неудовлетворительно» (недостаточный уровень для промежуточной аттестации по дисциплине); 65 – 74 % от максимально возможной суммы баллов – «удовлетворительно» (пороговый (минимальный) уровень); 75 – 84 % от максимально возможной суммы баллов – «хорошо» (средний уровень); 85 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – «отлично» (высокий (максимальный) уровень)</p>			

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы

3.1 Задания для текущего контроля успеваемости

Примерные вопросы теста для Раздела 1.

1. Какие группы относятся к внутренней аудитории:

- а) высшее руководство, топ-менеджмент;
- б) руководство среднего звена, менеджеры;
- в) партнеры;
- г) специалисты, рабочие;
- д) обслуживающий персонал;
- е) потребители;
- ж) члены семей сотрудников;
- з) общественные организации;
- и) СМИ.

2. Какие группы относятся к внешней аудитории:

- а) инвесторы и деловая общественность;
- б) топ-менеджмент;
- в) руководство среднего звена;
- г) СМИ;
- д) партнеры;
- е) потребители;
- ж) члены семей сотрудников;
- з) общественные организации
- и) деловые партнеры;

- к) конечные потребители;
- л) общественные организации;
- м) государственные органы.

3. Расшифруйте аббревиатуру RACE:

- а) Communication, Action, Reach, Evolution;
- б) Research, Action, Communication, Economy;
- в) Research, Action, ,Communication, Evolution;
- г) Research, Attention, Communication, Evolution;
- д) Research, Action, Control, Evolution.

4. Какие исследования применяются для оценки имиджа:

- а) количественные;
- б) качественные;
- в) анкетирование;
- г) имиджевые.

5. В какие 2 большие группы можно выделить PR-документы:

- а) для СМИ;
- б) внешние;
- в) для сотрудников;
- г) для партнеров;
- д) внутренние;
- е) пресс-релиз.

6. Что не относится к документам для СМИ:

- а) пресс-релиз;
- б) занимательная статья;
- в) интервью;
- г) корпоративная газета;
- д) открытое письмо;
- е) фактическая справка;
- ж) годовой отчет;
- з) авторская статья;
- и) случай из жизни.

7. Что относится к event-мероприятиям:

- а) выставки;
- б) собрания;
- в) годовой отчет;
- г) пресс-конференция;
- д) собеседование;
- е) корпоративный праздник.

8. Спичрайтер – специалист по:

- а) написанию текстов;
- б) написанию речей;
- в) написанию речей и текстов.

9. Копирайтер – специалист по:

- а) написанию текстов;
- б) написанию речей;

- в) написанию речей и текстов.
- 10. Лучшие дни для организации пресс-конференции:
 - а) понедельник;
 - б) вторник;
 - в) среда;
 - г) четверг;
 - д) пятница;
 - е) суббота;
 - ж) воскресенье.

Примерные вопросы теста для Раздела 2.

1. Индекс Фога и формулу Флеша показывают:
 - а) интеллектуальный уровень текста;
 - б) интеллектуальный уровень аудитории.

2. Что входит в ATL:
 - а) наружная реклама;
 - б) реклама в СМИ;
 - в) промо-акции на месте продаж;
 - г) брендированные ценники;
 - д) воблеры;

3. Что входит в VTL:
 - а) наружная реклама;
 - б) реклама в СМИ;
 - в) промо-акции на месте продаж;
 - д) брендированные ценники;
 - е) воблеры;

4. Виды кризисов по динамике их протекания (Катлип, Сентер и Брум):
 - а) неожиданные кризисы;
 - б) прогнозируемые; в) тянущиеся;
 - г) назревающие;
 - д) непрерывные кризисы;
 - е) периодические.

5. Особенности эффективного реагирования на кризис:
 - а) замалчивание случившегося;
 - б) признание вины;
 - в) открытость и обеспечение информацией;
 - г) аргументирование;
 - д) без комментариев;
 - е) наглядность;
 - ж) завуалированные сообщения.

6. В какие сроки необходимо подготовить антикризисную стратегию:
 - а) 1–3 дня;
 - б) 1–5 дней;
 - в) 1–7 дней;
 - г) около 10 дней.

7. Причины привлечения внешних СО специалистов, при наличии собственной службы по связям с общественностью:

- а) привлекают специалистов в силу «нехватки рук» ;
- б) некомпетентность своих специалистов;
- в) компания столкнулась с нетипичной для себя проблемой и хочет нанять специалистов в данной области.

8. Что не относится к документам для СМИ:

- а) пресс-релиз;
- б) занимательная статья;
- в) интервью;
- г) корпоративная газета;
- д) открытое письмо;
- е) фактическая справка;
- ж) годовой отчет;
- з) авторская статья;
- и) случай из жизни.

9. Что относится к event-мероприятиям:

- а) выставки;
- б) собрания;
- в) годовой отчет;
- г) пресс-конференция;
- д) собеседование;
- е) корпоративный праздник.

10. Спичрайтер – специалист по:

- а) написанию текстов;
- б) написанию речей;
- в) написанию речей и текстов.

Типовые задания к практическим занятиям (реализуются в форме практической подготовки)

Задание 1. «Общие принципы организации и функционирования современной пресс-службы»

Раскройте содержание следующих вопросов:

1. Какие функции выполняет пресс-служба?
2. Назовите известные Вам пресс-службы.
3. Когда возникли пресс-службы?
4. В чем причины появления пресс-служб?
5. В чем специфика работы пресс-службы?

Выполните письменно следующее задание: проанализируйте работу пресс-службы Администрации г. Комсомольска-на-Амуре. Выделите сильные и слабые стороны в этой работе.

Задание 2. «Структура современной пресс-службы»

Раскройте содержание следующих вопросов:

1. Назовите основные функции выполняемые пресс-службой
2. Назовите основные штатные единицы пресс-службы
3. Определите основные характеристики бюджета пресс-службы

4. Каков характер взаимоотношений руководителя пресс-службы с руководителем организации?
 5. Кто является заказчиком работ пресс-службы?
- Выполните письменно следующее задание: спроектируйте модель пресс-службы. Определите штатные единицы пресс-службы и их функциональные задачи.

Задание 3. «Организация работы современной пресс-службы»

Раскройте содержание следующих вопросов:

1. Определите основные направления работы пресс-службы
2. Как оценить эффективность работы пресс-службы?
3. Назовите основные мероприятия, проводимые пресс-службой
4. Назовите модели взаимодействия пресс-службы со СМИ
5. Что такое пост-правда? Может ли пресс-служба использовать пост-правду?

Выполните письменно следующее задание: Внимательно ознакомьтесь с разделом «Исходные данные» и выполните задание в соответствии с разделом «Описание задания». Первая буква выбираемой страны должна соответствовать первой букве фамилии студента, указанной в его зачетной книжке.

Исходные данные.

Вы являетесь пресс-секретарем Российской государственной радио-вещательной компании «Голос России». Руководитель организации ставит задачу выбрать новую страну, наиболее подходящую для начала вещания компании.

Задачи радиостанции:

знакомить мировое сообщество с жизнью России, ее точкой зрения на события в мире, способствовать укреплению положительного образа России в мире;
вести эффективный диалог с соотечественниками за рубежом;
содействовать популяризации русской культуры и русского языка.

Сегодня «Голос России» вещает на русском и 37 иностранных языках 151 час ежедневно на коротких и средних волнах, в FM-диапазоне, по спутниковым каналам, по мобильной телефонной сети. 70% эфирного времени составляют новости и актуальные комментарии.

«Голос России» занимает сегодня третью позицию в рейтинге крупнейших международных радиовещателей мира. Таков результат социологического опроса Международной организации в поддержку СМИ (Швейцария) среди радиослушателей 50 стран.

Би-би-си	70,0%
Голос Америки	53,0%
Голос России	42,0%
Немецкая волна	28,7%

С июля 1996 года «Голос России» работает во всемирной компьютерной сети Интернет на 33 языках. Интернет-вещание ведется в мультимедийном формате. К интернет-сайту «Голоса России», содержащему более 500 разделов, обращаются посетители 140 стран мира. Среднесуточная посещаемость составляет 17000 пользователей. Интернет-вещание предлагает видео, инфографику, фото-слайдшоу, флэш-ролики и т.д.

К сайту радиостанции обращаются представители самых разных социальных групп:

- ✓ сотрудники крупнейших организаций и фирм всего мира;
- ✓ политики, чиновники, бизнесмены;
- ✓ журналисты, исследователи, аналитики;
- ✓ преподаватели и студенты; лица с высшим образованием.

В аудитории «Голоса России» преобладают люди социально активного возраста: 30—55 лет — 60%, молодежь до 30 лет — 25%.

Описание задания.

1. Предложите любое государство, на территории которого (во внутреннем эфире на FM-частоте), по вашему мнению, наиболее актуально открытие радиовещания «Голоса России».
2. Учитывая приведенные выше сведения, разработайте аналитическое обоснование актуальности и конкурентных преимуществ данного проекта, по следующим разделам:
 - 1) Обоснование выбора конкретного государства. Следует провести анализ по многим параметрам:
 - ✓ интерес его жителей к России (основные причины);
 - ✓ число потенциальной целевой аудитории;
 - ✓ возможности продвижения в информационном поле данного государства;
 - ✓ наличие состоявшихся партнерских проектов, возможно, в области сотрудничества с другими российскими СМИ;
 - ✓ общая политическая, экономическая и социальная обстановка в государстве, исторический контекст.
 - 2) Формирование плана открытия и осуществления вещания на территории конкретной страны:
 - ✓ определение потенциала совместных проектов с целью привлечения внимания общественности;
 - ✓ разработка подготовительных мероприятий;
 - ✓ проведение PR-деятельности на территории страны;
 - ✓ приглашение VIP-персон, как с российской, так и с зарубежной стороны к участию в работе радио «Голос России» в качестве потенциальных гостей передач;
 - ✓ разработка концептов радиопрограмм, отражающих запросы конкретной целевой аудитории иностранного государства;
 - ✓ определение информационного контента и технологий подачи информации;
 - ✓ формирование пула потенциальных спонсоров и потребителей информационного продукта.
 - 3) Определение перспектив и инструментария оценки работы пресс-службы данной ситуации. Необходимо понять, все ли возможное сделала пресс-служба.

Примерные темы контрольной работы

1. История возникновения отечественных пресс-служб.
2. Современная система СМИ в России: особенности и специфика.
3. Типология современных российских СМИ.
4. Развернутая характеристика конкретного СМИ (по выбору студента).
5. Принципы классификации современных российских пресс-служб.
6. Специфика работы пресс-служб по отраслям деятельности.
7. Цели и задачи современной пресс-службы.
8. Организация и структура деятельности современной пресс-службы.
9. Правовые и документальные основы деятельности пресс-службы.
10. Специфика деятельности пресс-службы в государственных структурах.
11. Специфика деятельности пресс-службы в частных структурах.
12. Виды и формы работы пресс-службы со СМИ.
13. Виды мероприятий для СМИ (по выбору студента).
14. Организация и специфика подготовки пресс-конференции.
15. Медиапланирование как один из видов деятельности пресс-службы.
16. Аккредитация как способ работы с журналистами.
17. Особенности и специфика создания PR-текстов в деятельности пресс-службы.
18. Специфика подготовки и организации устных PR-выступлений.

19. Как работать пресс-службе в кризисной ситуации или конфликте.
20. Формы и методы работы с журналистами по укреплению влияния пресс-службы в медиасреде.

Вопросы к экзамену

1. Первые пресс-службы и предпосылки их возникновения.
2. История первых пресс-служб в России и СССР.
3. Общая характеристика современных российских пресс-служб.
4. Структура и функции пресс-службы на современном этапе.
5. Роль массовых коммуникаций в деятельности хозяйствующих субъектов, органов государственной власти и местного самоуправления.
6. Возможность воздействия на информационную среду как разновидность управленческого ресурса.
7. Особенности взаимодействия современной пресс-службы с теле и радиоконпаниями и информационными агентствами.
8. PR-тексты, подготавливаемые пресс-службой.
9. Имиджевая фотография (задачи, подходы, методы и техническое обеспечение исполнения).
10. Критерии отбора фото- и видеоматериала для наиболее выгодной подачи в СМИ.
11. Организация выпуска пресс-релизов.
12. Проведение мероприятий для журналистов пресс-конференции, брифинги, приемы).
13. Подготовка публикаций, сюжетов для СМИ с участием лидеров организации, ее специалистов.
14. Формирование договорных отношений со СМИ по информационному обслуживанию.
15. Организация творческих конкурсов для журналистов.
16. Участие в акциях, которые проводят СМИ (дискуссии, круглые столы, прямые эфиры).
17. Готовность к разрешению конфликтных ситуаций с представителями СМИ.
18. Мониторинг освещения деятельности организации в СМИ.
19. Следование информационной стратегии и принципам корпоративной идентичности организации.
20. Создание и ведение базы данных по целевым аудиториям как основы взаимодействия с ними.
21. Обеспечение обратной связи с целевыми аудиториями.
22. Создание пресс-служб в органах власти как следствие демократизации процессов государственного управления в стране.
23. Пресс-службы как поставщики официальных мнений и комментариев со стороны государственных органов управления.
24. Иерархия пресс-служб в системе государственного управления
25. Пресс-служба в органах власти как часть системы управления общественными связями. Подразделения пресс-службы.
26. Нормативные документы, фиксирующие нормы функционирования пресс-служб и информационных центров органов государственной власти (положения, инструкции)
27. Проблема информационной открытости пресс-служб
28. Задачи пресс-служб органов власти разных уровней и ветвей власти: сходство и различие.
29. Роль и статус пресс-секретаря в аппарате органа власти.

30. Соотношение информационной и имиджевой функций в работе пресс-служб органов власти.
31. Оперативное информирование населения о деятельности организации.
32. Подготовка материалов для СМИ о деятельности организации.
33. Организация и проведение брифингов, пресс-конференций.
34. Организация выступлений, интервью представителей органов власти.
35. Мониторинг СМИ.
36. Создание информационных поводов для СМИ.
37. Организация конкурсов для журналистов.
38. Креативные формы работы с журналистами и общественностью.
39. Роль и значение руководителя региональных СМИ
40. Региональное медиасообщество
41. Проблемы взаимодействия пресс-служб с медиасообществом и пути преодоления противоречий.
42. Роль и значение информационного пространства в сети Интернет для современной организации.
43. Корпоративный сайт – место в информационном пространстве организации.
44. Корпоративные и профессиональные блоги.
45. Значение социальных сетей для корпоративного информационного пространства.

