

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Современная пресс-служба»

Объем трудоемкости: ОФО – 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 50 часов аудиторной нагрузки: лекционных 32 часа, практических 16 часов, 2 часа КСР; 22 часа самостоятельной работы); ЗФО – 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 14 часов аудиторной нагрузки: лекционных 8 часов, практических 6 часов; 54 часа самостоятельной работы, 4 часа контроль).

Цель дисциплины:

- дать студентам комплекс теоретических знаний;
- привить практические навыки по основным направлениям деятельности пресс-службы.

Задачи дисциплины:

- дать основные характеристики современных пресс-служб;
- указать особенности развития данных компонентов публич-релейшнз в России;
- определить основные функции пресс-службы: от рядового сотрудника до пресс-секретаря;
- выявить основные формы и методы работы пресс-службы со СМИ;
- определить жанровую специфику пресс-службы;
- обеспечить выполнение ряда конкретных практических заданий.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Данная учебная дисциплина входит в раздел «Профессиональный цикл» ФГОС по направлению подготовки ВО «Реклама и связи с общественностью».

Пресс-служба в настоящей дисциплине рассматривается как важнейшая часть связей с общественностью. При ее изучении студенты, будущие специалисты, должны четко представлять себе следующее положение: пресс-служба органа власти (политической партии, коммерческой фирмы,

государственного учреждения, общественной организации и т.п.) всегда выполняет посредническую миссию. С одной стороны, у нее программа действий, задачи, практика структуры, подразделением которой она является. С другой – общество, кровно заинтересованное в том, чтобы деятельность структуры приносила ему пользу. Во имя обоюдных интересов пресс-служба в широком плане устанавливает и поддерживает необходимые контакты. Из них главное значение имеет оптимальное сотрудничество со СМИ.

В целом, данный предмет – о роли пресс-служб, об их обязанностях и особенностях PR-деятельности в различных сферах – государственной, политической, коммерческой и т.д. и т.п.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-2, ПК-1.

№	Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК-2	Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;	Основополагающие документы, регламентирующие деятельность пресс-службы; основные профессиональные термины и определения; важнейшие социальные роли пресс-секретаря; профессиональные качества, необходимые для индивидуальной творческой работы;	Строить свою творческую работу на основе полученных общетеоретических знаний и приобретенных практических навыков;	Особенностям и современному информационного общества; задачами, проблемами, подходами при исполнении обязанностей, основными принципам PR-деятельности;
2	ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы	Основы теории коммуникации, специфику пресс-службы, ее функции и принципы,	В профессиональной деятельности опираться на полученные	Положениями профессии, важнейшими социальными ролями, которым

		рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;	особенности приемов и подходов при выполнении возложенных задач;	общетеоретические знания концептуального характера;	должен соответствовать PR-специалист; комплексом практических качеств.
--	--	---	--	---	--

Основные разделы дисциплины:

Таблица 2. Разделы дисциплины, ОФО

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Информационно-коммуникативная основа «связей с общественностью» пресс-службы	4	2	-	-	2
2	Пресс-служба в структуре PR.	4	2	-	-	2
3	Пресс-службы в структурах России.	6	2	2	-	2
4	Организационные основы PR-деятельности.	6	2	2	-	2
5	Делопроизводство PR-деятельности.	7	3	2	-	2

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
6	Аккредитация журналистов при службе ПР.	5	3	-	-	2
7	Функции пресс-службы.	5	3	-	-	2
8	Формы работы пресс-службы.	5	3	-	-	2
9	Типология пиар-текстов.	9	3	4	-	2
10	Реклама в деятельности пресс-службы.	7	3	2	-	2
11	Реагирование пресс-службы на ошибки в освещении деятельности ведомства.	7	3	2	-	2
12	Действенность, результативность и эффективность в деятельности пресс-службы.	7	3	2	-	2
	<i>Итого:</i>	72	32	16	-	22 (+2 КСР)

Таблица 2.1 Разделы дисциплины, ЗФО

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Информационно-коммуникативная основа «связей с общественностью» пресс-службы	4	-	-	-	4
2	Пресс-служба в структуре PR.	10	2	-	-	8
3	Пресс-службы в структурах России.	6	2	-	-	4
4	Организационные основы ПР-деятельности.	4	-	-	-	4
5	Делопроизводство ПР-деятельности.	6	2	-	-	4
6	Аккредитация журналистов при службе ПР.	4	-	-	-	4
7	Функции пресс-службы.	6	2	-	-	4
8	Формы работы пресс-службы.	10	-	2	-	8

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
9	Типология пиар-текстов.	4	-	-	-	4
10	Реклама в деятельности пресс-службы.	6	-	2	-	4
11	Реагирование пресс-службы на ошибки в освещении деятельности ведомства.	8	-	2	-	6
12	Действенность, результативность и эффективность в деятельности пресс-службы.	4	-	-	-	4
	<i>Итого:</i>	72	8	6	-	54 (+4 контроль)

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Закон Российской Федерации «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовых информации». М., 1995.
2. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 (ред. от 21.11.2014)
3. Иншакова Н. Г. Рекламный и пиар-текст: основы редактирования. Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2014.
4. Ягодкина М. В. Реклама в коммуникационном процессе: учебно-методическое пособие. – СПб.: Питер, 2014.
5. Гостенина В. И. Социология массовой коммуникации: учебник. М. : Альфа-М., 2016.

Автор РПД: к.ф.н., профессор Сопкин П.Т.