

АННОТАЦИЯ

по дисциплине Б.1.В.09 «Информационная работа в государственных и коммерческих структурах»

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы (144 ч., из них – 16,3 ч. аудиторной нагрузки: 10 ч. лекционных занятий, 6 ч. – практических, 119 ч. – самостоятельной работы, 8,7 ч. – контроль, 0,3 ч. – ИКР).

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель дисциплины

Целью дисциплины является формирование системных знаний в области системы функционирования современных пресс-служб и создание целостного представления о месте и роли современных пресс-служб как в структуре организаций экономической сферы, так и органов государственной власти.

Задачи дисциплины:

- сформулировать основные характеристики современных пресс-служб, их типичную организационную структуру;
- изучить особенности становления пресс-служб и PR-отделов в России;
- определить основные функции и инструменты в работе пресс-служб;
- выявить ключевые формы и методы работы пресс-службы со СМИ.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Данная учебная дисциплина относится к *вариативной* части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. Дисциплина опирается на положения таких учебных дисциплин как «Основы журналистской деятельности», «Современные информационные технологии», «Организация работы редакции».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК-2	Способность понимать специфику работы в условиях мультимедийной среды, владеть методами и технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация)	основные тенденции развития информационного рынка СМИ, сущность создания эффективных медиатекстов и особенности национальных медиамodelей.	осуществлять Рекламные-информационные и коммуникации в экономической и политической сферах, на основе владения основными тенденциями медиаотрасли. Реализовывать коммуникационные мероприятия, применяя современные рекламные и PR-стратегии в разрезе национальных медиамodelей и технологий, характерных для современных СМИ.	способность реализовывать знания в области современных информационных и PR-коммуникаций в сфере профессиональной деятельности, в соответствии с технологическими требованиями современных медиамodelей и важнейших инновационных практик в сфере масс-медиа.
2	ПК-1	Способность выбирать актуальные темы,	Специфику жанров масс-медиа, методы	Ориентироваться в медийной среде,	Навыками работы с различными

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа	сбора и проверки информации, а также типологию печатных СМИ	определять актуальность тем в соответствии с типом издания	источниками информации, создания и редактирования авторского текста

Структура дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые на 3 курсе

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	История формирования института пресс-служб. Информационно-коммуникативная основа концепции современной пресс-службы.	7	2	-		5
2.	Пресс-служба как один из ключевых элементов информационно-аналитической политика организации.	7	-	2		5
3.	Место пресс-службы в структурах экономической и государственной сферы России.	7	2	-		5
4.	Функции информационных служб.	5	-	-		5
5.	Формы работы современной пресс-службы	7	2	-		5
6.	Типология текстов, создаваемых современными информационно-аналитическими подразделениями.	7	-	2		5
7.	Ключевые различия в функционировании информационных служб экономической и политической сфер общественной жизни.	7	2	-		5
8.	Пресс-секретарь: должностные обязанности, основные функции.	7	2	-		5
9.	Оценка эффективности деятельности информационной службы.	7	-	2		4
10.	Пресс-служба в структуре организации: стратегическое планирование деятельности.	3	-	-		3
	Итого		10	6		47

Вид аттестации: Экзамен

Основная литература:

1. Чумиков, А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. : ил. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-7749-1135-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983>
2. Студеникин, Н. PR-защита бизнеса в корпоративных войнах: практикум победителя / Н. Студеникин. - Москва : Альпина Паблишерз, 2016. - 384 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9614-1440-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279189>
3. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Б. Руженцева. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 184 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/85944>