

## 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).

### 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:

Дисциплина «Информационная работа в государственных и коммерческих структурах» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

### Требования к уровню освоения дисциплины

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

Код компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС	Профильное наполнение компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть, приобрести
ОПК-2	способностью ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиа систем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.	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	способностью реализовывать знания в области современных информационных и PR-коммуникаций в сфере профессиональной деятельности, в соответствии с технологическими требованиями современных медиамodelей и важнейших инновационных

			<p>Пр- стратегии в разрезе национальных медиамоделей и технологий, характерных для современных СМИ.</p>	<p>практик в сфере массмедиа.</p>
ПК-1	<p>способностью выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа</p>	<p>Специфику жанров массмедиа, методы сбора и проверки информации, а также типологию печатных СМИ</p>	<p>Ориентироваться в медийной среде, определять актуальность тем в соответствии с типом издания</p>	<p>Навыками работы различными источниками информации, создания и редактирования авторского текста</p>

#### Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре

№ 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	-	-	11
2.	Пресс-служба как один из ключевых элементов информационно-аналитической политика организации.	7	-	2	-	11
3.	Место пресс-службы в структурах экономической и государственной сферы России.	7	2	-	-	11
4.	Функции информационных служб.	5	-	-	-	11
5.	Формы работы современной пресс-службы	7	2	-	-	11
6.	Типология текстов, создаваемых современными информационно-аналитическими подразделениями.	7	-	2	-	11
7.	Ключевые различия в функционировании информационных служб экономической и политической сфер общественной жизни.	7	2	-	-	11
8.	Пресс-секретарь: должностные обязанности, основные функции.	7	2	-	-	11
9.	Оценка эффективности деятельности информационной службы.	7	-	2	-	11
10.	Пресс-служба в структуре организации: стратегическое планирование деятельности.	3	-	-	-	10
	Итого		10	6	-	119

**Курсовые проекты или работы:** не предусмотрены  
**Форма проведения аттестации по дисциплине:** экзамен

**Основная литература:**

1. Вылегжанин, Д.А. Теория и практика PR [Электронный ресурс] : учебное пособие / Д.А. Вылегжанин. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 371 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/51789>
2. Халтурин, М.С. Работа парламентского журналиста. Журналист и его источники информации / М.С. Халтурин. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 122 с. - ISBN 978-5-504-00523-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141991>

**Дополнительная литература:**

1. Амиров, В.М. Пресса в современных вооруженных конфликтах: теория и дискурсивная практика : учебное пособие / В.М. Амиров. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2010. - 140 с. - ISBN 978-5-7996-0557-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239818>
2. Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков. — М. : Издательство Юрайт, 2013. — 331 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2107-6 <https://biblioclub.ru/viewer/brending-368132#/>