

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.02.2023 00:38:05
Уникальный программный ключ:
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Пресс-служба

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Маркетинговые коммуникации и маркетинг

2022 г.

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-2 (ОПК-2) Демонстрирует умения по подготовке материалов для публикации в СМИ	<i>знает</i>
	РО-1 ИД-2 (ОПК-2) ключевые особенности функционирования организации в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах, функциональные различия пресс-служб в государственных, общественных, коммерческих структурах, современные технологии, востребованные в деятельности пресс-службы;
	РО-2 ИД-2 (ОПК-2) основные направления деятельности пресс-службы, их составные элементы;
	РО-3 ИД-2 (ОПК-2) основные требования различных СМИ к публикуемым рекламным и PR-материалам;
ИД-2 (ОПК-3). Выявляет и отражает актуальные тенденции в развитии отечественной и мировой культуры в PR- и рекламных текстах	<i>умеет</i>
	РО-4 ИД-2 (ОПК-2) применять основные литературные приемы, используемые в создании рекламных и PR-материалов, соответствующие нормам русского языка;
	<i>владеет</i>
	РО-5 ИД-2 (ОПК-2) навыками подготовки и проведения мероприятий для прессы, а также создания информационных материалов для них; РО-6 ИД-2 (ОПК-2) навыком литературного редактирования, копирайтинга и составления текстов в области рекламы и связей с общественностью.
ИД-2 (ОПК-3). Выявляет и отражает актуальные тенденции в развитии отечественной и мировой культуры в PR- и рекламных текстах	<i>умеет</i>
	РО-1 ИД-2 (ОПК-3) анализировать и использовать тенденции культурного развития в создании рекламного и PR-текста; РО-2 ИД-2 (ОПК-3) использовать различные стилистические приемы при создании рекламных и PR текстов.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

3. Содержание дисциплины

История развития пресс-службы

История формирования пресс-службы в Европе: Германия, Франция, Англия, США. Общественно-политические предпосылки зарождения отечественных пресс-релизов. Первые организационные формы отношений прессы и власти: пресс-центр, пресс-служба.

Формирование ныне действующей системы пресс-релейшнз. Место и роль пресс-службы в современной России. Субъекты современных пресс-релейшнз, их взаимоотношения в медиaprостранстве. Федеральная и региональная специфика в деятельности современных пресс-служб. Основные пресс-службы Петербурга и Ленинградской области. Проблема авторитета пресс-структур органов государственной власти в регионе.

Классификация и организационная структура пресс-службы

Понятие пресс-службы. Цели и задачи пресс-службы. Подразделения пресс-службы. Классификация пресс-служб. Структура пресс-службы. Положение о пресс-службе и его особенности. Понятие информационного менеджмента.

Современные пресс-службы

Классификация современных пресс-служб: принципы и особенности. Российские государственные пресс-службы. Пресс-службы частных структур. Пресс-службы общественных структур. Сходство и различия в работе основных типов пресс-служб. Специфика работы пресс-служб по отраслям деятельности.

Функции и принципы деятельности пресс-службы. Функции пресс-секретаря

Основные функции пресс-службы. Принципы деятельности пресс-службы. Основные принципы работы пресс-службы со СМИ. Место пресс-секретаря в структуре организации или учреждения, а также в структуре пресс-службы. Профессиограмма деловых и психофизических качеств кандидата на должность пресс-секретаря. Функции пресс-секретаря. Права и обязанности пресс-секретаря. Должностные инструкции руководителя пресс-службы. Взаимоотношения пресс-службы и ее сотрудников с руководством, а также с PR-подразделением.

Основные направления пресс-службы

Аналитическое направление деятельности пресс-службы. Составление медиакарты. Мониторинг материалов СМИ. Коммуникационный аудит. Формы и методы мониторинга. Аналитические исследования. Креативное и организационное направление деятельности пресс-службы. Формирование журналистского сообщества. Формирование информационного повода. Организованная утечка информации. Комментарий и его особенности.

Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ общественностью и политическими организациями

Медиапланирование как основа деятельности пресс-службы. Способы и основные правила общения с прессой. Конфиденциальность и открытость в работе со СМИ и их представителями. Официальные и неофициальные аспекты отношений сотрудников пресс-службы с внешней общественностью, представителями политики и бизнеса, властных структур.

Стилистика рекламных и PR-текстов и их особенности.

Стилистика как комплекс взаимосвязанных фундаментальных и прикладных дисциплин. Стилистика ресурсов (цель, задачи, предмет изучения). Функциональная стилистика (цель, задачи, предмет изучения). Практическая (коммуникативная) стилистика (цель, задачи, предмет изучения). Стилистика художественного текста (цель, задачи, предмет изучения). Стилистика современной рекламы. Понятие стиля, стилеобразующих факторов, стилистической окраски. Стилистические средства современного русского языка. Современная речь как стилистически организованная коммуникация: литературный язык, внелитературные языковые пласты, их специфика и степень востребованности в разных видах рекламы. Текст как объект стилистического

анализа и единица массовых маркетинговых коммуникаций, его основные характеристики. Текст в системе языка (язык, литературный язык, функциональные стили литературного языка, подстили, жанры, тексты). Характеристики текста (целостность, связность, закреплённость в определенной знаковой системе, информативность, самопонятность, автосемантия, тематическая недостаточность, интертекстуальность). Стилистический подход к созданию и анализу текста. Медиа́текст в рекламе и связях с общественностью. Специфика текстов в рекламе и связях с общественностью. Общие и различные черты журналистских, рекламных и PR-текстов.

Виды и особенности пресс-мероприятий

Виды мероприятий для прессы: пресс-конференции, брифинги, пресс-туры, предосмотры, круглые столы, встречи с журналистами, интервью, дебаты, фото-, теле- и киносессии. Планирование в работе пресс-службы. Технические требования к проведению пресс-мероприятия. Аккредитация журналистов. Организационные принципы проведения аккредитации. Правила аккредитации. Специфика аккредитации в различных структурах. Значение аккредитации в работе пресс-служб с медиасообществом.

Организация и проведение пресс-конференция

Предварительная подготовка мероприятия с участием прессы. Создание информационных материалов для пресс-конференции. Написание приглашений и пресс-релиза. Созыв приглашаемых участников. Принципы выборы времени, даты и места проведения пресс-конференции. Подготовка участников пресс-конференции. Особенности проведения пресс-конференции в различных структурах. Регистрация и работа с журналистами перед, во время и после пресс-конференции. Алгоритм проведения пресс-конференции. Основные действующие лица: модератор, координатор, спикер. Роль, задачи и функции ведущего пресс-конференции. Проблема нейтрализации негативного отношения журналистов к теме и участникам пресс-конференции. Работа с прессой после проведения пресс-конференции. Мониторинг, контент-анализ и экспресс-анализ СМИ по итогам пресс-конференции. Корректировка «информационного следа»: методы и приемы.

Литературное редактирование рекламных и PR-текстов

Методика редакторского анализа и правки текста. Традиционные методики анализа текста и практика редактирования. Сравнительный анализ, экспериментальные методики (Л. В. Щерба). Метод «стилистического эксперимента» (А. М. Пешковский). Метод конкретизации (Л. В. Щерба). Виды редакторского чтения. Ознакомительное чтение. Углубленное чтение. Шлифовочное чтение. Тестирование текста как специфический прием работы с рекламными и PR-текстами. Процесс правки текста и его особенности при работе с материалами СМИ. Анализ фактологического материала. Виды правки. Правка - вычитка. Правка - сокращение. Правка обработка. Правка - переделка. Основные виды ошибок, нарушающих коммуникативную эффективность рекламных и PR-текстов. Коммуникативный аспект практической стилистики. Основные требования к тексту как единице коммуникации: ясность, коммуникативная точность, краткость, полнота изложения, логичность и необходимое разнообразие. Неправильное понимание значения слова форма. Коммуникативная точность текста. Виды нарушений точности текста: неопределенность, неконкретность, подмена видовых понятий малоинформативными родовыми и т.д. Методы борьбы с подобными ошибками. Краткость текста как одно из основных требований к PR-тексту. Логичность текста.

Основные PR-документы в работе пресс-службы

Письменные PR-документы: жанры и особенности. Оперативно-новостные жанры: пресс-релиз и приглашение. Исследовательско-новостные жанры: бэкграундер и лист вопросов и ответов. Особенности бэкграундера как PR-текста. Фактологические жанры: факт-лист, биография. Заявление как исследовательский жанр PR-текста. Заявление как исследовательский жанр PR-текста. Образно-новостные жанры: байланер, поздравление, письмо. Особенности и специфика создания медиатекстов. Виды медиатекстов: имиджевая статья, имиджевое интервью. Информационные пакеты (пресс-кит). Принципы формирования информационных пакетов. Стиль оформления информационных пакетов. Информационные издания пресс-служб. Специфика изданий пресс-служб, виды изданий, каналы распространения. Устные PR-тексты: специфика подготовки и особенности использования. Спичрайтер: основные характеристики. Виды устной речи: информационная, убеждающая и специальная. Жанры устных выступлений. Фактор аудитории. Подготовка к публичному выступлению и его текст. Организация устного публичного выступления. Приемы нейтрализации негативной реакции аудитории.

Правовые основы деятельности пресс-службы

Конституция РФ об отношениях в медиасфере и информационных правах граждан. Закон РФ «О СМИ». Правила аккредитации иностранных СМИ. Другие сопутствующие медиатеательности законодательные акты. Региональные законодательные акты, касающиеся деятельности пресс-службы и СМИ.

Пресс-служба в коммерческой структуре

Понятие коммерческой структуры. Понятие «социальная ответственность бизнеса». Особенности российской корпоративной ответственности. Роль и место пресс-службы в коммерческой структуре. Основные функции пресс-службы. Корпоративные издания коммерческой структуры и их основная задача. Пресс-служба в финансовой сфере. Пресс-служба коммерческого банка.

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины, включая самостоятельную работу обучающихся

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Где и когда появились первые пресс-службы?
2. Почему эпоха пресловутых «пресс-агентств» в США была обречена?
3. В каких сферах пресс-службы развиваются более динамично?
4. Какова связь между демократизацией российского общества и формированием пресс-служб?
5. Назовите основные принципы формирования пресс-служб в органах власти.
6. Сравните структуру пресс-служб местных органов власти –исполнительной и законодательной.

7. Чем отличаются принципы формирования пресс-служб в бизнесе и органах власти?
8. Как влияет статус пресс-службы на ее структуру и принципы работы?
9. Иерархия отношений в организации и положение пресс-секретаря.
10. С какими целевыми аудиториями работает пресс-секретарь?
11. Каковы должностные функции пресс-секретаря?
12. Расскажите об информационной функции.
13. Какова особенность охранной функции?
14. Занимается ли пресс-секретарь аналитикой и прогнозированием?
15. Этические основы работы пресс-секретаря.
16. Каковы особенности работы пресс-служб в коммерческих структурах и органах власти?
17. Чем отличается пресс-конференция от брифинга?
18. Как определяется эффективность проведения пресс-конференции?
19. Как распределяются роли на пресс-конференции?
20. Какие способы управления ходом пресс-конференции вы знаете?
21. Какие жанры текстов готовит пресс-служба для СМИ?
22. Что может стать основой новости?
23. Способы создания новостных поводов.
24. Какова роль этапа создания ожидания события?
25. Как организовать освещение события?
26. Кто должен обеспечить резонанс события, опубликованного в СМИ?
27. Чем коммерческая структура отличается от некоммерческой?
28. Какие организационно-правовые формы коммерческих структур вы знаете?
29. Какие новостные поводы из жизни бизнеса наиболее востребованы СМИ?
30. Как можно обеспечить бесплатную публикацию в СМИ?
31. Почему важен статус пресс-службы в коммерческой структуре?
32. Каковы составляющие системы работы со СМИ в бизнес-структуре?
33. Какие формы работы с журналистами наиболее оправданы в сфере бизнеса?
34. Этические основы связей с общественностью в политической сфере.
35. Какова грань между манипулированием и агитацией?
36. По какой модели осуществляется коммуникативная кампания в ходе выборов?
37. По каким критериям определяется эффективность работы пресс-службы политической партии?
38. Как можно охарактеризовать российское информационное пространство? Медиарынок?
39. Чем отличаются федеральный и региональные медиарынки? Как это влияет на работу пресс-служб?
40. Назовите основное отличие в практике работы со СМИ российских и зарубежных пресс-служб.
41. Каковы перспективы медиарынка России? Отличаются ли они от общемировых тенденций?
42. Как отражается реформирование системы государственного управления России на развитии пресс-служб?
43. Какие уровни государственной власти вы знаете.
44. Какие ветви власти вы знаете.

45. Чем отличается работа пресс-службы региональной власти и муниципальной?
46. Чем отличается работа пресс-службы представительного органа власти от работы пресс-службы исполнительного органа власти?
47. Пресс-секретарь – особая фигура в аппарате власти. Чем это объясняется?
48. Какая функция в работе пресс-служб органов власти современной России преобладает – информационная или имиджевая? Почему?
49. Как изучаются информационные ожидания аудитории?
50. Как обеспечить сбор информации пресс-службой?
51. Каковы критерии выбора каналов информирования?
52. Как оценить эффективность информационной работы пресс-службы?
53. Координация деятельности пресс-служб органов власти по уровням.
54. Координация деятельности пресс-служб органов власти по ветвям власти.
55. Роль профессиональных сообществ в координации деятельности пресс-служб.
56. Каковы истоки создания Союза журналистов России?
57. Когда была создана региональная организация Союза журналистов России?
58. Какие мероприятия для пресс-служб организует Союз журналистов России?
59. Какие конкурсы для работников пресс-служб организует Союз журналистов России?
60. Каковы основные направления работы ДИП МИД РФ? Какова структура ?
61. Какие издания осуществляет департамент?
62. Существует ли обратная связь в работе ДИП МИД РФ?
63. Почему пресс-служба Президента РФ имеет статус управления?
64. Кто возглавляет пресс-службу Президента РФ?
65. Каковы основные подразделения пресс-службы?
66. Какие мнения о работе пресс-службы Президента РФ высказывают журналисты?
67. Как вы можете оценить эффективность работы президентской пресс-службы?

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. Четвертков Н.В. Современная пресс-служба: учебное пособие / Четвертков Н.В.. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 191 с. — ISBN 978-5-7567-0581-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/8975.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

Дополнительная:

1. Вайрах Ю.В. Стилистика и литературное редактирование : учебное пособие для бакалавров / Вайрах Ю.В.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 256 с. — ISBN 978-5-394-02869-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83126.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

Нормативно-правовые документы

1. Конституция Российской Федерации.

2. Закон Российской Федерации «Об информации, информатизации и защите информации».

3. Закон Российской Федерации «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации».

4. Федеральный закон «О рекламе»

5. Закон РФ «О средствах массовой информации» (Закон о СМИ)

6. Российский кодекс в области связей с общественностью

7. Кодекс профессионального поведения в области PR (Лиссабонский кодекс)

8. Российский рекламный кодекс

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»

2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS

3. www.gortis.ru

4. www.mediaplan.ru

5. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф

Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:

- Законодательство Санкт-Петербурга и Ленинградской области

- Международное право

7. Лицензионное программное обеспечение

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);

- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);

- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности), а именно: _____;

- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;
- кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингафонным оборудованием);
- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);
- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.