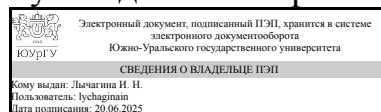


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



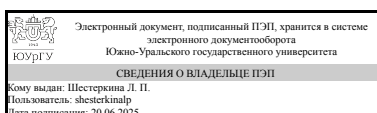
И. Н. Лычагина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.09 Современная пресс-служба
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

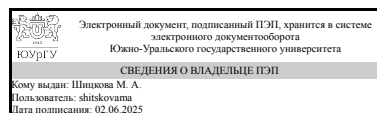
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.ист.н., доц., доцент



М. А. Шицкова

1. Цели и задачи дисциплины

Курс «Современная пресс-служба» предназначен для студентов направления «Реклама и связи с общественностью». Его цель - дать общую характеристику современным российским пресс-службам. Задачи: 1) сформировать у будущих специалистов навыки работы в современных пресс-службах посредством овладения теоретическими знаниями; 2) научить базовым установкам и основным понятиям курса, обеспечивающим понимание процессов, связанных с работой современных пресс-служб; 3) изучить особенности работы с внешней и внутренней аудиторией; 4) овладеть навыками составления PR-текстов, применяемых в работе пресс-службы; 5) усвоить алгоритм антикризисных действий.

Краткое содержание дисциплины

Деятельность пресс-службы в органах государственной власти. Пресс-службы в коммерческих и некоммерческих организациях. Определение функций и структуры пресс-службы. Координация деятельности пресс-службы со структурными подразделениями. Планирование и организация работы пресс-службы. Разработка долгосрочного и краткосрочного планов деятельности. Координация творческих, аналитических и технических ресурсов. Инструментарий PR.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2 ПКО-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает: Специфику деятельности медиа, знаком с лучшими образцами медиатекстов в мировом и отечественном масштабе Умеет: Создавать медиатексты с учетом специфики различных типов СМИ и других медиа Имеет практический опыт: Подготовки авторских материалов для разных типов СМИ и других медиа
ПК-6 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.	Знает: Нормы, стандарты, форматы и технологические требования различных типов СМИ Умеет: Применять языковые нормы, стили в соответствии с требованиями различных типов СМИ и других медиа Имеет практический опыт: Редактирования материалов для разных типов СМИ в соответствии с нормами, форматами, стилями и технологическими требованиями

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.05 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью	1.Ф.13 Фото-, видео и аудиоблогинг

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.Ф.05 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью	Знает: Основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций., Систему формационных, жанрово-стилистических, коммуникативных норм и приемы языковой игры в современной медиаречи. Умеет: Использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов., Редактировать публикации разных типов, учитывая современный ортологический канон и прагматическую рамку рекламных и PR-сообщений. Имеет практический опыт: Применения основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде., Работы над текстами для традиционных и новых медиа с целью успешного решения маркетинговых задач и оптимизации коммуникационной среды субъекта рекламной и PR-деятельности.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 38,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	69,75	69,75
Подготовка домашних заданий и контрольных точек	49,75	49,75
Подготовка электронных презентаций	20	20
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в
---	----------------------------------	-------------------------------------

раздела		часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Назначение пресс-службы	12	6	6	0
2	Принципы организации работы современной пресс-службы	20	10	10	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Статус и полномочия пресс-службы	2
2	1	Инструменты взаимодействия со СМИ	2
3	1	Событийный пиар	2
4	2	Общие принципы построения медиарелейшнз. Содержательные, организационные и процессуальные аспекты взаимодействия пресс-службы со СМИ. Формирование базы СМИ. Контент-анализ СМИ	2
5	2	Стратегические подходы ко взаимодействию со СМИ	2
6	2	Управление имиджем и репутацией. Личный бренд руководителя.	2
7	2	Антикризисные коммуникации. Коммуникации в социальных сетях.	2
8	2	Оценка эффективности информационных мероприятий. Мониторинг СМИ	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Структура, функции пресс-службы. Штатный состав	2
2	1	Технология подготовки пресс-конференции, брифинга, пресс-тура	2
3	1	Текстовое сопровождение деятельности пресс-службы	2
4	2	Медиаструктура современного университета. Медиарелейшнз вузов. Составление базы СМИ для университета	2
5	2	Медиапаспорт СМИ	2
6	2	Работа с имиджем руководителя. Публичные коммуникации	2
7	2	Алгоритм антикризисного PR	2
8	2	Критерии оценки эффективности работы пресс-службы	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка домашних заданий и контрольных точек	1. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство	7	49,75

	Юрайт, 2021. — С. 48-51; 55-72; 95-133; 134-154; 155-179. 2. Баранова, Е.А. Теория и практика современного интервью / Е.А. Баранова. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - С. 49-63; 65-79. 3. Ачкасова, В.А. Связи с общественностью в органах власти / В.А. Ачкасова, И.А. Быков. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - С. 57-69; 84-101; 120-148. 4. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии [Текст: непосредственный] учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. ил. 5. Дзялошинский, И.М. Социальные сообщества и коммуникационные сервисы в эпоху цифровой цивилизации : монография / И.М. Дзялошинский, Л.К. Лободенко, М.А. Пильгун. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 746 с. 6. Медиакоммуникации и интернет-маркетинг в условиях цифровой цивилизации: монография / под ред. Л.П. Шестеркиной, Л.К. Лободенко. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 432 с. 7. Интегрированные коммуникации в новых медиа [Текст] монография Л. П. Шестеркина и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2016. - 210, [1] с. 8. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, С88 Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с. 9. Подготовка и защита выпускной квалификационной работы по специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама»: методические указания / сост.: Л.К. Лободенко, Л.В. Пелленен, А.Г. Блудова и др. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 89 с. 10. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии [Текст: непосредственный] учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр.		
--	---	--	--

	и доп. - Москва: Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. ил.		
Подготовка электронных презентаций	1. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — С. 48-51; 55-72; 95-133; 134-154; 155-179. 2. Баранова, Е.А. Теория и практика современного интервью / Е.А. Баранова. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - С. 49-63; 65-79. 3. Ачкасова, В.А. Связи с общественностью в органах власти / В.А. Ачкасова, И.А. Быков. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - С. 57-69; 84-101; 120-148. 4. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии [Текст: непосредственный] учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. ил. 5. Дзялошинский, И.М. Социальные сообщества и коммуникационные сервисы в эпоху цифровой цивилизации : монография / И.М. Дзялошинский, Л.К. Лободенко, М.А. Пильгун. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 746 с. 6. Медиакоммуникации и интернет-маркетинг в условиях цифровой цивилизации: монография / под ред. Л.П. Шестеркиной, Л.К. Лободенко. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 432 с. 7. Интегрированные коммуникации в новых медиа [Текст] монография Л. П. Шестеркина и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2016. - 210, [1] с. 8. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, С88 Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с. 9. Подготовка и защита выпускной квалификационной работы по специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама»: методические указания / сост.: Л.К. Лободенко, Л.В. Пелленен, А.Г. Блудова и др. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 89 с. 10. Связи с общественностью. Теория, практика,	7	20

	коммуникационные стратегии [Текст: непосредственный] учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. ил.		
--	---	--	--

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	7	Текущий контроль	Задание 1. Структура пресс-службы	1	15	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Правильность Аргументированность Вывод Дополнительное задание Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 8,9 балла.	зачет
2	7	Текущий контроль	Задание 2. Деятельность пресс-секретаря	1	15	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Соответствие заданию Аргументированность Вывод Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 8,9 балла.	зачет
3	7	Текущий контроль	Составление терминологического словаря	1	15	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Информационный повод Правильность составления пресс-релиза Правильность составления бэкграундера (или факт-листа)	зачет

						Правильность составления байлайнера Содержание пресс-кита Соответствие СМИ Полнота ответа Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 8,9 балла.	
4	7	Текущий контроль	Задание 4. Работа в конфликтных ситуациях	1	15	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Правильность Аргументированность Полнота Общее впечатление Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 8,9 балла.	зачет
5	7	Текущий контроль	Творческое задание: Менеджмент новостей	1	15	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Соответствие заданию Аргументированность Вывод Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 8, 9 балла.	зачет
6	7	Бонус	Бонус	-	0	Посещение всех занятий = 2 балла	зачет
7	7	Бонус	Бонус	-	5	Активная работа на всех практических занятиях = 5 баллов	зачет
8	7	Промежуточная аттестация	зачет	-	1	Промежуточная аттестация выставляется по результатам выполнения студентами всех заданий курса в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе: "не зачтено" - 0 - 59% "зачтено" - 60-100% Дисциплина "Современная пресс-служба" содержит 5 контрольно-рейтинговых мероприятия в рамках текущего контроля. Вклад каждого задания в рейтинг по дисциплине составляет 25%. Вес каждого КРМ = 1. Максимальный балл за все задания – 15 (что составляет 100% без зачета или 60% с зачетом от общего рейтинга). Для получения зачета студенту нужно набрать не менее 12 баллов (60%). Если студент набрал 59% и меньше, то ему предоставляется право сдавать	зачет

					зачёт в традиционной форме (устно по билетам). Общий максимальный балл за зачёт – 5 (вклад в рейтинг по дисциплине составляет 40%). Билет содержит один вопрос. Критерии оценивания: Системность Полнота ответа Наличие примеров Ответ на наводящие и дополнительные вопросы по теме Владение терминологией по теме Студент на традиционном зачете должен набрать не меньше 3 баллов, что составляет 60% от максимального балла за промежуточную аттестацию.	
--	--	--	--	--	---	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Промежуточная аттестация выставляется по результатам выполнения студентами всех заданий курса в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе: "не зачтено" - 0 - 59% "зачтено" - 60-100% Дисциплина "Современная пресс-служба" содержит 4 контрольно-рейтинговых мероприятия в рамках текущего контроля. Вклад каждого задания в рейтинг по дисциплине составляет 25%. Вес каждого КРМ = 1. Максимальный балл за все задания – 15 (что составляет 100% без зачета или 60% с зачетом от общего рейтинга). Для получения зачета студенту нужно набрать не менее 8,9 баллов (60%). Основные требования: Все задания текущего контроля должны быть выполнены. Выполнение заданий промежуточной аттестации не является обязательным (в соответствии с пунктом 2.6 Положения о БРС). Однако, если студент набрал 59% и меньше, то ему предоставляется право сдавать зачёт в традиционной форме (устно по билетам). Общий максимальный балл за зачёт – 5 (вклад в рейтинг по дисциплине составляет 40%). Билет содержит один вопрос. Критерии оценивания: Системность Полнота ответа Наличие примеров Ответ на наводящие и дополнительные вопросы по теме Владение терминологией по теме Студент на традиционном зачете должен набрать не меньше 3 баллов, что составляет 60% от максимального балла за промежуточную аттестацию. Бонус-рейтинг дает возможность студенту получить дополнительно 7%.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ							
		1	2	3	4	5	6	7	8
ПК-2	Знает: Специфику деятельности медиа, знаком с лучшими образцами медиатекстов в мировом и отечественном масштабе				+	+	+	+	+
ПК-2	Умеет: Создавать медиатексты с учетом специфики различных типов				+	+	+	+	+

2. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, С88 Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 294 с. https://urait.ru/viewer/sovremennaya-press-sluzhba-474720#page/1
2	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Баранова, Е.А. Теория и практика современного интервью / Е.А. Баранова. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 158 с. https://urait.ru/viewer/teoriya-i-praktika-sovremennogo-intervyu-519632
3	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Ачкасова, В.А. Связи с общественностью в органах власти / В.А. Ачкасова, И.А. Быков. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 163 с. https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-516613#page/1
4	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Учебно-методические материалы кафедры	Дзялошинский, И.М. Социальные сообщества и коммуникационные сервисы в эпоху цифровой цивилизации : монография / И.М. Дзялошинский, Л.К. Лободенко, М.А. Пильгун. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 746 с. https://smi.susu.ru/wp-content/uploads/sites/61/2022/07/ВЫПУСК-3-СОЦИАЛЬНЫЕ-СООБЩЕСТВА-И-КОММУНИКАЦИОННЫЕ-СЕРВИСЫ-В-ЭПОХУ-ЦИФРОВОЙ-ЦИВИЛИЗАЦИИ.pdf
5	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Учебно-методические материалы кафедры	Медиакоммуникации и интернет-маркетинг в условиях цифровой цивилизации: монография / под ред. Л.П. Шестеркиной, Л.К. Лободенко. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 432 с. https://smi.susu.ru/wp-content/uploads/sites/61/2022/07/ВЫПУСК-2-МЕДИАКОММУНИКАЦИИ-И-ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ-В-УСЛОВИЯХ-ЦИФРОВОЙ-ЦИВИЛИЗАЦИИ.pdf

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Зачет	454 (1)	Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Экран – 1 шт. 4. Колонки – 2 шт.
Лекции	454 (1)	Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Экран – 1 шт. 4. Колонки – 2 шт.