МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)

СОВРЕМЕННАЯ РЕКЛАМНАЯ И ПРЕСС-СЛУЖБА

Направление и направленность (профиль)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Год набора на ОПОП
2024

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Современная рекламная и пресс-служба» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №512) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Афонин А.А.

Утверждена на заседании высшей школы телевидения от 06.04.2026 , протокол № 7

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Булах С.П.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575566011
Номер транзакции	00000000010A4B9A
Владелец	Булах С.П.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью изучения дисциплины «Современная рекламная и пресс-служба» является усвоение студентами организации и функционирования современной рекламной и пресс-службы в России.

Задачи изучения дисциплины:

– познакомить с функциями современной рекламной и пресс-службы и современной практике ее деятельности;

– получение практических профессиональных навыков в разных направлениях деятельности рекламных и пресс-службы;

Освоение дисциплины формирует общекультурные и профессиональные компетенции, позволяющие будущему специалисту участвовать в реализации информационной деятельности органов государственной власти и управления, коммерческих структур, общественных организаций, политических партий.

– ознакомить с правовыми основами функционирования современных рекламных и пресс-служб;

– усвоить типичные приемы общения с современным медиа-сообществом;

– научиться организовывать, подготавливать и проводить мероприятия с участием прессы.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)				

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	**Формирование ценностей**	**Целевые ориентиры**
Формирование гражданской позиции и патриотизма		
Воспитание уважения к истории и культуре России	Высокие нравственные идеалы	Жизнелюбие
Развитие патриотизма и гражданской ответственности	Гражданственность	Внимательность к деталям
Воспитание уважения к Конституции и законам Российской Федерации	Справедливость	Ответственность

Формирование толерантности и уважения к представителям различных национальностей и культур, проживающих в России	Достоинство	Дисциплинированность
Формирование духовно-нравственных ценностей		
Воспитание нравственности, милосердия и сострадания	Взаимопомощь и взаимоуважение	Дисциплинированность
Формирование ответственного отношения к труду	Достоинство	Осознание себя членом общества
Воспитание чувства долга и ответственности перед семьей и обществом	Гуманизм	Самообучение
Развитие культуры здорового образа жизни	Приоритет духовного над материальным	Решительность
Воспитание экологической культуры и ценностного отношения к окружающей среде	Гуманизм	Системное мышление
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		
Развитие познавательного интереса и стремления к знаниям	Гуманизм	Системное мышление
Развитие творческих способностей и умения решать нестандартные задачи	Патриотизм	Решительность
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Развитие умения эффективно общаться и сотрудничать	Гуманизм	Системное мышление
Воспитание культуры диалога и уважения к мнению других людей	Права и свободы человека	Пунктуальность
Формирование навыков публичного выступления и презентации своих идей	Права и свободы человека	Соблюдение моральных принципов
Формирование культуры письменной речи и делового общения	Патриотизм	Приверженность здоровому образу жизни

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Курс «Современная рекламная и пресс-служба» опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Межкультурная коммуникация», «Основы рекламы и PR», «Регулирование медиадеятельности», «Язык и стиль масс-медиа».

Для освоения данной дисциплины, обучающиеся должны иметь представление о формах и технологиях взаимодействия с общественностью, полученное после прохождения учебной практики в коммерческих организациях. Должны знать основные виды PR-мероприятий и правовые аспекты информационной деятельности, владеть навыками составления PR-документов, уметь использовать инструментарий для анализа внешней и внутренней среды организаций.

Особенность изучаемого курса состоит в привитии необходимых исследовательских и организационных навыков в деятельности, направленной на создание оптимальной внешней и внутренней коммуникационной среды организации. В этом контексте курс

нацелен на подготовку специалистов, способных решать комплексные задачи организаций по установлению и поддержанию связей с общественностью.

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттестации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ОФО	Б1.Б	3	5	55	18	36	0	1	0	125	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Политические предпосылки и этапы создания пресс-служб в России	РД1, РД1	2	4	0	14	опрос, работа в группах
2	Организация работы современной пресс-службы	РД1, РД1	2	4	0	14	опрос, творческое задание, анализ
3	Пресс-секретарь: функции и стиль деятельности	РД1, РД1	2	4	0	14	опрос, творческое задание
4	Планирование и организация взаимодействия пресс-службы со СМИ	РД1, РД1	2	4	0	14	опрос, творческое задание, работа в группах
5	Роль пресс-службы в управлении репутацией организации	РД1, РД2	2	4	0	14	опрос, творческое задание, работа в группах
6	Правовое обеспечение деятельности пресс-служб	РД1, РД2	2	4	0	14	опрос, творческое задание, работа в группах
7	Рекламная служба в СМИ, структура и функции	РД1, РД2	2	4	0	14	контрольная работа
8	Рекламная служба на предприятии	РД1, РД2	2	4	0	14	контрольная работа
9	Рекламные агенства и их виды	РД1, РД2	2	4	0	13	собеседование, обзор
Итого по таблице			**18**	**36**	**0**	**125**	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Политические предпосылки и этапы создания пресс-служб в России.

Содержание темы: Начало демократических преобразований в России и объективные условия для проведения государством политики гласности. Информированность общества как фактор развития демократии. Нарушение государственной монополии на информирование общества о действиях политических институтов. Возникновение подразделений по связям с общественностью в государственных, политических и коммерческих структурах. Этапы создания пресс-служб в России. Пресс-служба как инструмент связи со средствами массовой информации. Концепция государственной информационной политики. Ресурсы (кадровые, финансовые, административные, информационно-технологические) и принципы организации информационной политики. Роль пресс-служб в реализации информационной политики. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: мониторинг, анализ.

Тема 2 Организация работы современной пресс-службы.

Содержание темы: Основные варианты структуры пресс-служб. Пресс-служба как системообразующий элемент организации, в полном объеме выполняющий функции разработки и осуществления информационной политики. Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации в целях распространения информации о деятельности фирмы, организации. Профессиональная фирма, выполняющая по договору функции пресс-службы. Аутсорсинг. Принципы организации работы пресс-службы. Полная информированность о деятельности компании, регулярный контакт с высшим руководством. Участие в планировании основной деятельности компании. Оперативное получение информации от других структурных подразделений. Наличие хороших контактов в журналистской среде. Профессионализм в обеспечении освещения социальных и политических процессов. Двусторонняя направленность деятельности пресс-службы. Проблема полномочий службы по связям со СМИ по отношению к другим структурам аппарата, другим прессслужбам. Регламент работы пресс-службы. Согласование позиций по степени взаимной информированности специалиста по информационной работе и руководителя организации. Положение пресс-служб в структуре организации. Влияние на поток внутриведомственных и межведомственных сообщений. Двойственный характер информации в СМИ: официальный, идущий сверху вниз, и встречный поток информации, идущий снизу вверх. Реактивная и проактивная коммуникация. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: мониторинг, анализ.

Тема 3 Пресс-секретарь: функции и стиль деятельности.

Содержание темы: Пресс-секретарь: функции и индивидуальный стиль деятельности. Пресс-секретарь как лицо компании и руководитель структурного подразделения фирмы. Особенности взаимоотношений пресс-секретаря с первым лицом организации и его заместителями. Основные направления деятельности пресс-секретаря: обеспечение публичной деятельности руководителя, коррекция формирующегося представления о деятельности руководителя, формирование и поддержание собственного имиджа. Квалификационные требования к кандидату на должность пресс-секретаря. Роль пресс-секретаря в разработке информационной и социальной политики организации. Условия, обеспечивающие эффективность работы пресс-секретаря. Высокая информированность – важное условие эффективной деятельности пресс-секретаря. Приемы и методы работы. Роль пресс-секретаря в организации и осуществлении

информационных контактов руководства фирмы, организации. Дезавуирование информации. Пресс-секретарь и информационная безопасность компании.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: мониторинг, анализ.

Тема 4 Планирование и организация взаимодействия пресс-службы со СМИ.

Содержание темы: Разработка информационной стратегии и политики организации по работе со СМИ. Основополагающие принципы информационной политики. Характер взаимоотношений пресс-служб со средствами массовой информации: доверительность, обязательность, партнерство. Определение целей медиарилейшенз. Определение ключевых СМИ и пула журналистов. Тематическая карта организации. Сертификация спикеров. Определение процедуры взаимодействия со СМИ. Составление схемы комментирования информации, алгоритмов ответов на запросы журналистов. Управление СМИ и информацией: формирование собственного информационного потока, манипулирование информацией, сегментирование информационного потока, приоритетная поставка информации, информационное партнерство, эксклюзивная информация. Оптимизация формы и стиля подачи материалов, публицистическая ценность. Способы подачи информации: утверждение, повторение, дробление, срочность, сенсационность. Приемы интерпретации информации.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: обзор, мониторинг.

Тема 5 Роль пресс-службы в управлении репутацией организации.

Содержание темы: Роль пресс-службы в управлении репутацией организации Имидж и репутация организации. Основные элементы фундамента позитивного имиджа. Уровень информированности о деятельности организации как показатель качества ее работы. Создание положительного имиджа руководителя ведомства. Искоренение негативных информационных поводов. Управление репутацией в условиях повышенного внимания аудитории к негативным информационным поводам. Информационная работа как форма управления в кризисных ситуациях. Основные принципы деятельности пресс-службы в условиях конфликта и чрезвычайных ситуаций. Планирование и технологии работы пресс-службы в условиях конфликтов и кризисов. Антикризисное планирование. Разработка моделей кризисных ситуаций. Анализ рисков. Структура антикризисного плана. Работа пресс-службы с критическими материалами СМИ. Методы профилактики проявления критических материалов. Особенности взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации в условиях кризиса. Подготовка заявления для общественности. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: обзор, кейс, мониторинг.

Тема 6 Правовое обеспечение деятельности пресс-служб.

Содержание темы: Аккредитация журналистов; Роль пресс-службы в обеспечении права журналистов на поиск и получение информа-ции. 3. Законодательство о видах информации, к которой нет свободного доступа. Роль пресс-службы в применении правовых норм о недопустимости злоупотребления свободой массовой информации. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: мониторинг, анализ.

Тема 7 Рекламная служба в СМИ, структура и функции.

Содержание темы: Понятие рекламной службы. Ее структура. Цели и задачи рекламной службы в СМИ. Характерные отличие организации рекламной службы в СМИ. Должностные обязанности сотрудников рекламной службы.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практика, лекция.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение литературы.

Тема 8 Рекламная служба на предприятии.

Содержание темы: Цели и задачи рекламных служб на современных предприятиях и в организациях Виды организационных структур рекламных служб. Персонал рекламной службы. Роль и место рекламной службы в маркетинговой деятельности всего предприятия. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практика, лекция.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение литературы.

Тема 9 Рекламные агенства и их виды.

Содержание темы: Классификация рекламных агентств. Особенности работы с рекламными агентствами. Медиабаинг. Специфика договорных отношений рекламных служб с рекламными агентствами. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практика, лекция.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение литературы.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Курс "Современная рекламная и пресс-служба" дает общую характеристику российским прессслужбам коммерческих структур в сравнении с их деятельностью при государственных, политических и общественных организациях. Теоретические представления и установки обеспечивают понимание процессов, связанных с работой современных пресс-служб.

В процессе освоения дисциплины, обучающиеся должны оперировать основными понятиями и опираться на современные принципы работы с информацией, уметь использовать статистические и количественные методы для решения организационноуправленческих задач. Указанные связи и содержание дисциплины «Современная рекламная и пресс-служба» дают обучающемуся системное представление о будущей деятельности бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Изложение теоретического материала важно сочетать с разбором конкретных ситуаций (кейсами), представляющих примеры практической работы PR-специалистов в сфере муниципального и государственного управления, в общественных организациях.

Практические задания и упражнения предполагают активную работу студента в решении проблем игровой или реальной ситуации, в процессе которой происходит формирование и отработка определенных умений. Исследование конкретных случаев (кейсов) позволяет включить творческое мышление студентов, ликвидирует разрыв между теорией и практикой. Самостоятельная работа по дисциплине предполагает изучение литературных источников, подготовку рефератов и докладов.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Городищева, А. Н. Государственное и общественное регулирование рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / А. Н. Городищева. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2025. — 80 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/513687 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18185-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/586752 (дата обращения: 29.09.2026).
3. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие / О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2026. - 176 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009262-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2224459 (дата обращения: 31.05.2026)

7.2 Дополнительная литература

1. Кандалов, В. И. Проектирование рекламной деятельности в отрасли : учебно-методическое пособие / В. И. Кандалов. — Москва :МТУСИ, 2025. — 28 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:

https://e.lanbook.com/book/501260 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Конспект лекций по дисциплине «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в связях с общественностью» для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» : учебное пособие / составитель К.В. Ляпина. — Тольятти : ПВГУС, 2025. — 59 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/513843 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
3. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
4. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: http://oaji.net/
5. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: https://www.prlib.ru/
6. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: http://www.consultant.ru/

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- ТВ "HITACHI-C15LC880SNT"
- Вандоустойчивый сейф-тележка с распр.питанием д/порт.компьютеров
- Видеокамера Sony PMW-320K
- Граф/станц: С/Б Hyper PC, в/карта NVIDIA Quadro 4000, мышь/клав./монитор Beng GW2250M
- Диктофон Marantz PMD671
- Микрофон Sony ECM-MS2
- Монитор LG 29EA93
- Монитор для видеокамеры 7-дюймовый LCD
- Облачный монитор LG Electronics черный +клавиатура+мышь
- Принтер № 3 Kyocera FS-1060DN
- Станция видеомонтажа NIX 4960X/32Gb

Программное обеспечение:

- Cyberlink PowerDVD 10 Standard
- Microsoft Office 2010 Standart
- PageMaker
- Total Commander

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

СОВРЕМЕННАЯ РЕКЛАМНАЯ И ПРЕСС-СЛУЖБА

Направление и направленность (профиль)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Год набора на ОПОП
2024

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)		

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Очная форма обучения				
РД1	Знание : Место рекламы и PR в системе массовой информации и комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций; понимает цели и задачи профессиональной деятельности. Знает категориальный аппарат, умеет правильно применять профессиональные термины	1.1. Политические предпосылки и этапы создания пресс-служб в России	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.2. Организация работы современной пресс-службы	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.3. Пресс-секретарь: функции и стиль деятельности	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.4. Планирование и организация взаимодействия пресс-службы со СМИ	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
РД1	Умение : Использует знания о политических, экономических, правовых	1.1. Политические предпосылки и этапы создания пресс-служб в России	Опрос	Экзамен в устной форме

	и этических факторjd развития медиасистем региона, страны и мира в своей профессиональной деятельности	1.2. Организация работы современной пресс-службы	Опрос	Экзамен в устной форме
		1.3. Пресс-секретарь: функции и стиль деятельности	Опрос	Экзамен в устной форме
		1.4. Планирование и организация взаимодействия пресс-службы со СМИ	Опрос	Экзамен в устной форме
		1.5. Роль пресс-службы в управлении репутацией организации	Опрос	Экзамен в устной форме
		1.6. Правовое обеспечение деятельности пресс-служб	Опрос	Экзамен в устной форме
		1.7. Рекламная служба в СМИ, структура и функции	Опрос	Экзамен в устной форме
		1.8. Рекламная служба на предприятии	Опрос	Экзамен в устной форме
		1.9. Рекламные агенства и их виды	Опрос	Экзамен в устной форме
РД2	Навык : профессиональными навыками специалистов подразделений PR, средств массовой информации, основами внутрикорпоративной коммуникации. Сознательно и свободно пользуется профессиональными категориями связей с общественностью.	1.5. Роль пресс-службы в управлении репутацией организации	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.6. Правовое обеспечение деятельности пресс-служб	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.7. Рекламная служба в СМИ, структура и функции	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.8. Рекламная служба на предприятии	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.9. Рекламные агенства и их виды	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Сумма баллов	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины

по дисциплине		
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять творческие задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не формированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

Пример задания. Подготовка пресс-релиза.

1. Выделение социально-значимой информации в рамках предложенной темы;
2. Выделение информационного повода;
3. Написание лида;
4. Написание основной части пресс-релиза, насыщение ее атрибуцией;
5. Написание бэкграунда;
6. Оформление пресс-релиза как официального документа.

Краткие методические указания

Студенту необходимо заранее познакомиться с примерами пресс-релизов доступных в сети Интернет. На занятии каждый студент получает подборку информации по теме планируемого пресс-релиза. Данное задание ставит целью не столько проверить знание правил написания и оформления пресс-релиза, сколько научить составлять этот документ. Поэтому готовность и участие в процессе обсуждения оцениваются 10 баллами.

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	10 балла	Знание правил, развитые умения.
2.	5 баллов	Знание правил, слабые умения.
3.	0 баллов	Незнание правил, отсутствие умения.

5.2 Экзаменационные вопросы

1. История возникновения отечественных пресс-рилейшнз.
2. Современная система СМИ в России: особенности и специфика
3. Типология современных российских СМИ.
4. Развернутая характеристика конкретного СМИ (по выбору студента).
5. Принципы классификации современных российских пресс-служб.
6. Специфика работы пресс-служб по отраслям деятельности.
7. Цели и задачи современной пресс-службы.
8. Организация и структура деятельности современной пресс-службы.
9. Основные регламентирующие документы современной пресс-службы (на примере конкретной пресс-службы).
10. Пресс-секретарь как ключевая фигура пресс-службы.
11. Формирование внутренней информационной среды организации, фирмы (на примере любой компании).
12. Правовые и документальные основы деятельности пресс-службы.
13. Правовое обеспечение деятельности пресс-службы коммерческой организации (анализ документов).
14. Правовое обеспечение деятельности пресс-службы органа государственной власти (анализ документов).
15. Специфика деятельности пресс-службы в государственных структурах.
16. Специфика деятельности пресс-службы в частных структурах.
17. Виды и формы работы пресс-службы со СМИ.
18. Виды мероприятий для СМИ (по выбору студента).
19. Организация и специфика подготовки пресс-конференции.
20. Медиапланирование как один из видов деятельности пресс-службы.
21. Аккредитация как способ работы с журналистами.
22. Особенности и специфика создания PR-текстов в деятельности пресс-службы.
23. Специфика подготовки и организации устных PR-выступлений.
24. Формы и методы работы с журналистами по укреплению влияния пресс-службы в медиасреде.
25. Разрешение конфликтных ситуаций между пресс-службами и СМИ.
26. Разработка программы информационной поддержки для проведения регионального законопроекта.

27. Мониторинг освещения молодежной тематики на региональном телеканале.
28. Мониторинг освещения экономической ситуации в Омской области (на базе трех-четырех периодических изданий).
29. Практика проведения пресс-конференций в органах власти Омской области.
30. Формы общения органов власти с представителями СМИ (региональный аспект).

Краткие методические указания

Студенту необходимо ориентироваться на лекционный материал, а также на содержание рекомендованных учебников.

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	5 баллов	Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала по теме, усвоение основной учебной и дополнительной литературы, рекомендованной программой, свободно оперирует понятиями и научными категориями при обсуждении теоретических вопросов, глубоко понимает закономерности развития анализируемой сферы.
2.	4 балла	Студент демонстрирует знание темы на среднем уровне, знание основных положений учебника и дополнительных материалов, допускает незначительные ошибки, неточности при аналитических операциях, изредка ошибается в понимании содержания категорий, хорошо анализирует предлагаемый для мыслительной деятельности материал, приводит собственные примеры для иллюстрации понимания
33.	3 балла	Студент демонстрирует очень общее усвоение знаний по теме, допускает значительные ошибки при аналитических операциях, проявляет наличие отдельных отрывочных знаний по теме, испытывает значительные трудности при оперировании точными понятиями и категориями..
4.		Студент демонстрирует отрывочные, бессистемные знания, проявляет отсутствие логики в ответе, отсутствие знаний материала учебников, либо демонстрирует полное отсутствие знаний по теме.