

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

Институт государственной службы и управления

Кафедра управления информационными процессами

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры управления  
информационными процессами

Протокол от «04» сентября 2017 г.

№ 2

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.ОД. 5 Практика работы пресс-служб

---

*(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)*

направление подготовки

42.03.02 Журналистика

---

*(код, наименование направления подготовки)*

Деловая журналистика

---

*(направленность (профиль))*

бакалавр

---

*(квалификация)*

очная

---

*(форм(ы) обучения)*

Москва, 2017 г.

**Автор(ы)–составитель(и):**

Кандидат политических наук, доцент кафедры управления информационных процессов Отделения журналистики ИГСУ РАНХиГС Сухомлинова Т.П.

Заведующий кафедрой управления информационными процессами, доктор политических наук, профессор Силкин В.В.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО.....	5
3. Содержание и структура дисциплины (модуля).....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	20
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	23
6.1. Основная литература.....	23
6.2. Дополнительная литература.....	23
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	23
6.4. Нормативные правовые документы.....	24
6.5. Интернет-ресурсы.....	26
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	26

# **1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы**

1.1 Дисциплина Б1.В.ОД.5 Практика работы пресс-служб обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	способностью сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций	ПК -6.2	Способность применять на практике методы и инструменты аналитической журналистики, технологии политического PR и GR, для эффективного взаимодействия и сотрудничества с представителями различных сегментов общества, интерактивного общения с аудиторией.

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта или по результатам форсайт-сессии)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
А - сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-6.2	на уровне знаний: теоретико-методологические подходы к управлению информационно-коммуникативными процессами, основ публичных отношений в сфере СМИ, структуры и принципов организации пресс-службы в историческом контексте и на современном этапе, форм и методов работы пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями.
		на уровне умений: обработка и проверка полученной информации, формирование информационных поводов для СМИ, анализ содержания сообщений СМИ.

		на уровне навыков: подготовки пресс-релизов; планирования и оценки эффективности деятельности пресс-службы, разработки PR-текстов, организации пресс-конференции, брифинга, пресс-туров, контент-анализа и экспресс-анализа СМИ.
--	--	--

## 2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ОД.5 Практика работы пресс-служб входит в раздел ОП ВО дисциплины базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)», относится к обязательным дисциплинам вариативной части. Общая трудоемкость Б1.В.ОД.5 Практика работы пресс-служб составляет 3 зачётные единицы, дисциплина изучается в 5 семестре.

В содержательном плане дисциплина опирается на Б1.Б.34 Введение в специальность (1 семестр), Б1.Б.35 Теория и практика массовой информации и коммуникации (1 семестр), Б1.Б.24 Основы журналистской деятельности (3 семестр) и служит основой для Б1.Б.32 Основы рекламы и PR (7 семестр), Б1.В.ДВ.5.1 Государственно-частное партнерство в современных СМИ (8 семестр), Б1.В.ДВ.5.2 Система взаимодействия СМИ с институтами гражданского общества (8 семестр), Б1.В.ДВ.6.1 Информационные войны (7 семестр), Б1.В.ДВ.6.2 Управление конфликтами в информационном обществе (7 семестр), Б1.В.ДВ.8.1 Политический дискурс (7 семестр), Б1.В.ДВ.8.2 Современные технологии политических коммуникаций (7 семестр), Б1.В.ДВ.9.1 Формы выражения политических интересов в СМИ (7 семестр), Б1.В.ДВ.9.2 Информационная политика в условиях изменения политического пространства (7 семестр), Б1.В.ДВ.10.1 Технологии взаимодействия с ньюсмейкерами в политической журналистике (7 семестр), Б1.В.ДВ.10.2 Медиапланирование (7 семестр), Б1.В.ДВ.12.1 Межкультурная коммуникация и управление конфликтами в информационном обществе (7 семестр), Б1.В.ДВ.12.2 Информационная культура и коммуникативная компетентность (7 семестр).

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 54 часа: лекции – 18 часов, практические занятия – 36 часов. Самостоятельная работа составляет 18 часов. Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен (5 семестр).

## 3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СР		
			Л	ЛР	ПЗ/КСР			
Очная форма обучения								
Тема 1	Информация и СМИ в современном мире Виды и типы информации. Внутренняя и внешняя информация.	8	2		4		2	О
Тема 2	Российские пресс-релейшнз: история, становление, современное функционирование	8	2		4		2	О Т

Тема 3	Современные пресс-службы. Классификация современных пресс-служб: принципы и особенности.	8	2		4		2	О
Тема 4	Пресс-служба: функции и структура. Особенности функционирования в рамках конкретной организационной структуры.	8	2		4		2	О Т
Тема 5	Должностные обязанности пресс-секретаря.	8	2		4		2	О
Тема 6	Формы работы пресс-службы со СМИ и общественностью.	8	2		4		2	О
Тема 7	Подготовка текстовых и аудиовизуальных материалов для публикации в СМИ.	8	2		4		2	О К
Тема 8	Подготовка и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров	8	2		4		2	О
Тема 9	Правовые и этические аспекты деятельности пресс-службы	8	2		4		2	О Т
Промежуточная аттестация								Э
<b>Всего:</b>		108	18		36		18	36

Примечание:

\*\* – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), кейс (К)).

\*\*\* - формы промежуточной аттестации: экзамен (Э).

### Содержание дисциплины (модуля)

#### Тема 1. Информация и СМИ в современном мире Виды и типы информации. Внутренняя и внешняя информация.

Особенности пространства социальной коммуникации. Каналы распространения информации в современном мире. Специфика информационного общества. Глобализация информационных процессов. Общественное мнение и процесс влияния на него. Мифы, создаваемые функционирования медиа в России. Система СМИ в России. Печатные и электронные СМИ. Типология, виды и формы организации деятельности СМИ. Трансформация функций современных СМИ. Бизнес-составляющая в медиадетальности. Вопросы собственности в медиасфере. Современные формы концентрации СМИ: холдинги, корпорации, компании. Государственная и частная форма собственности для СМИ.

#### Тема 2. Российские пресс-релизы: история, становление, современное функционирование.

Общественно-политические предпосылки зарождения отечественных пресс-релизов. Первые организационные формы отношений прессы и власти: пресс-центр, пресс-служба. Формирование современной системы пресс-релизов. Субъекты современных пресс-релизов, их взаимоотношения в медиaprостранстве. Федеральная и региональная специфика в деятельности современных пресс-служб. Проблема авторитета пресс-структур органов государственной власти.

### **Тема 3. Современные пресс-службы. Классификация современных пресс-служб: принципы и особенности.**

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: пресс-службы государственных органов исполнительной, представительной и судебной власти; пресс-службы политических партий и движений; пресс-службы общественных организаций; пресс-службы коммерческих предприятий; пресс-службы финансовых организаций и учреждений; пресс-службы государственных бюджетных учреждений и организаций (учебные заведения, учреждения здравоохранения, науки и культуры); пресс-службы спортивных организаций и учреждений; пресс-службы творческих союзов; пресс-службы конфессиональных организаций и учреждений; пресс-службы субъектов рекламно-информационной деятельности; пресс-службы средств массовой информации.

Принципы организации работы пресс-службы.

### **Тема 4. Пресс-служба: функции и структура. Особенности функционирования в рамках конкретной организационной структуры.**

Взаимоотношения пресс-службы и ее сотрудников с руководством, а также с СО-подразделением. Штатное расписание и структура пресс-службы. Положение о пресс-службе учреждения, организации, предприятия. Руководитель пресс-службы. Принципы планирования работы пресс-службы. Функции пресс-службы. Распределение служебных обязанностей сотрудников пресс-службы. Квалификационные требования к работникам пресс-службы.

### **Тема 5. Должностные обязанности пресс-секретаря.**

Место пресс-секретаря в структуре организации или учреждения. Личностные и профессиональные качества кандидата на должность пресс-секретаря. Функции пресс-секретаря. Права и обязанности пресс-секретаря. Пресс-секретарь в структуре высших органов государственного управления. Пресс-секретарь Президента РФ. Пресс-секретарь руководителей регионального уровня. Пресс-секретарь в коммерческой структуре: специфика работы и функциональные обязанности. Роль пресс-секретаря в разработке информационной и социальной политики организации. Пресс-секретарь и журналистская среда.

### **Тема 6. Формы работы пресс-службы со СМИ и общественностью.**

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 общественностью, представителями политики и бизнеса, властных структур. Виды мероприятий для прессы: пресс-конференции, брифинги, пресс-туры, круглые столы, встречи с журналистами, интервью, дебаты, фото-, теле- и киносессии.

Аккредитация журналистов. Организационные принципы проведения аккредитации. Правила аккредитации. Специфика аккредитации в различных медиасообществах.

### **Тема 7. Подготовка текстовых и аудиовизуальных материалов для публикации в СМИ.**

Приемы управления информационными потоками. Этапы управления информацией. Формирование собственного информационного потока. Сегментирование информационного потока, манипулирование информацией.

PR-тексты, подготавливаемые пресс-службой Письменные PR-тексты: 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. Образно-новостные жанры: байланер, поздравление, письмо. Особенности и специфика создания медиатекстов. Виды медиатекстов: имиджевая статья, имиджевое интервью. Создание 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. Функции: информационная, убеждающая и специальная. Жанры устных выступлений. Фактор аудитории. Подготовка к публичному выступлению и его написание. Организация устного публичного выступления. Приемы нейтрализации негативной реакции аудитории.

Подготовка аудиовизуальных материалов для публикации в СМИ.

#### **Тема 8. Подготовка и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров.**

Цели и задачи проведения специальных мероприятий для прессы. Принципы организации пресс-конференции 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. 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. Подготовка и проведение брифингов, пресс-туров.

Корректировка «информационного следа»: методы и приемы.

#### **Тема 9. Правовые и этические аспекты деятельности пресс-службы.**

Правовое регулирование медиасферы. Конституция РФ об отношениях в медиасфере и информационных правах граждан. Законодательные акты, регулирующие медиадетельность. Региональные законодательные акты, касающиеся деятельности пресс-службы и СМИ. Правовые и этические регуляторы в деятельности пресс-службы. Роль пресс-службы в обеспечении права журналистов на поиск и получение информации. Способы нейтрализации негативной информации пресс-службой. Слухи и борьба с ними. Этика отношений пресс-службы и ее сотрудников в контексте информационного противостояния с общественностью, представителями властных, политических и бизнес-структур, а также со СМИ.

### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

#### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД. 5 Практика работы пресс-службы используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:



Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Информация и СМИ в современном мире Виды и типы информации. Внутренняя и внешняя информация.	опрос
Тема 2	Российские пресс-релизы: история, становление, современное функционирование	опрос, тест
Тема 3	Современные пресс-службы. Классификация современных пресс-служб: принципы и особенности.	опрос
Тема 4	Пресс-служба: функции и структура. Особенности функционирования в рамках конкретной организационной структуры.	опрос, тест
Тема 5	Должностные обязанности пресс-секретаря.	опрос
Тема 6	Формы работы пресс-службы со СМИ и общественностью.	опрос
Тема 7	Подготовка текстовых и аудиовизуальных материалов для публикации в СМИ.	опрос, кейс
Тема 8	Подготовка и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров	опрос
Тема 9	Правовые и этические аспекты деятельности пресс-службы	опрос, тест

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамен.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами,
- участие в обсуждении докладов,
- количество правильных ответов при тестировании.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, по результатам прохождения тестирования.

#### **Вопросы для подготовки к опросам:**

#### **Тема 1. Информация и СМИ в современном мире Виды и типы информации. Внутренняя и внешняя информация.**

1. Особенности пространства социальной коммуникации. Каналы распространения информации в современном мире.
2. Специфика информационного общества. Глобализация информационных процессов.
3. Общественное мнение и процесс влияния на него. Мифы, создаваемые функционирования медиа в России.
4. Система СМИ в России. Печатные и электронные СМИ.

5. Типология, виды и формы организации деятельности СМИ.
6. Трансформация функций современных СМИ.
7. Бизнес-составляющая в медиадеятельности. Вопросы собственности в медиасфере.
8. Современные формы концентрации СМИ: холдинги, корпорации, компании.
9. Государственная и частная форма собственности для СМИ.

## **Тема 2. Российские пресс-релишнз: история, становление, современное функционирование.**

1. Общественно-политические предпосылки зарождения отечественных пресс-релишнз. Первые организационные формы отношений прессы и власти: пресс-центр, пресс-служба.
2. Формирование современной системы пресс-релишнз. Субъекты современных пресс-релишнз, их взаимоотношения в медиапространстве.
3. Федеральная и региональная специфика в деятельности современных пресс-служб. Проблема авторитета пресс-структур органов государственной власти.

## **Тема 3. Современные пресс-службы. Классификация современных пресс-служб: принципы и особенности.**

1. 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.
2. Специфика работы пресс-служб по отраслям деятельности: пресс-службы государственных органов исполнительной, представительной и судебной власти; пресс-службы политических партий и движений; пресс-службы общественных организаций; пресс-службы коммерческих предприятий; пресс-службы финансовых организаций и учреждений; пресс-службы государственных бюджетных учреждений и организаций (учебные заведения, учреждения здравоохранения, науки и культуры); пресс-службы спортивных организаций и учреждений; пресс-службы творческих союзов; пресс-службы конфессиональных организаций и учреждений; пресс-службы субъектов рекламно-информационной деятельности; пресс-службы средств массовой информации.
3. Принципы организации работы пресс-службы.

## **Тема 4. Пресс-служба: функции и структура. Особенности функционирования в рамках конкретной организационной структуры.**

1. Взаимоотношения пресс-службы и ее сотрудников с руководством, а также с СО-подразделением.
2. Штатное расписание и структура пресс-службы.
3. Положение о пресс-службе учреждения, организации, предприятия.
4. Руководитель пресс-службы.
5. Принципы планирования работы пресс-службы.
6. Функции пресс-службы. Распределение служебных обязанностей сотрудников пресс-службы.
7. Квалификационные требования к работникам пресс-службы.

## **Тема 5. Должностные обязанности пресс-секретаря.**

1. Место пресс-секретаря в структуре организации или учреждения.
2. Личностные и профессиональные качества кандидата на должность пресс-секретаря.
3. Функции пресс-секретаря.
4. Права и обязанности пресс-секретаря.
5. Пресс-секретарь в структуре высших органов государственного управления.
6. Пресс-секретарь Президента РФ.
7. Пресс-секретарь руководителей регионального уровня. П

8. пресс-секретарь в коммерческой структуре: специфика работы и функциональные обязанности.
9. Роль пресс-секретаря в разработке информационной и социальной политики организации. Пресс-секретарь и журналистская среда.

#### **Тема 6. Формы работы пресс-службы со СМИ и общественностью.**

1. Медиапланирование как основа деятельности пресс-службы.
2. Способы и основные правила общения с прессой.
3. Конфиденциальность и открытость в работе со СМИ и их представителями.
4. Официальные и неофициальные аспекты отношений сотрудников пресс-службы с общественностью, представителями политики и бизнеса, властных структур.
5. Виды мероприятий для прессы: пресс-конференции, брифинги, пресс-туры, круглые столы, встречи с журналистами, интервью, дебаты, фото-, теле- и киносессии.
6. Аккредитация журналистов. Организационные принципы проведения аккредитации. Правила аккредитации. Специфика аккредитации в различных медиасообществах.

#### **Тема 7. Подготовка текстовых и аудиовизуальных материалов для публикации в СМИ.**

1. Приемы управления информационными потоками.
2. Этапы управления информацией. Формирование собственного информационного потока. Сегментирование информационного потока, манипулирование информацией.
3. PR-тексты, подготавливаемые пресс-службой.
4. Письменные PR-тексты: жанры и особенности.
5. Оперативно-новостные жанры: пресс-релиз и приглашение.
6. Исследовательско-новостные жанры: бэкграундер и лист вопросов и ответов. Особенности бэкграундера как PR-текста.
7. Фактологические жанры: факт-лист, биография. Заявление как исследовательский жанр PR-текста.
8. Образно-новостные жанры: байланер, поздравление, письмо.
9. Особенности и специфика создания медиатекстов.
10. Виды медиатекстов: имиджевая статья, имиджевое интервью. Создание информационных пакетов.
11. Стиль оформления информационных пакетов.
12. Информационные издания пресс-служб. Специфика изданий пресс-служб, виды изданий, каналы распространения.
13. Устные PR-тексты: специфика подготовки и особенности использования. Функции: информационная, убеждающая и специальная.
14. Жанры устных выступлений. Фактор аудитории. Подготовка к публичному выступлению и его написание.
15. Организация устного публичного выступления.
16. Приемы нейтрализации негативной реакции аудитории.
17. Подготовка аудиовизуальных материалов для публикации в СМИ.

#### **Тема 8. Подготовка и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров.**

1. Цели и задачи проведения специальных мероприятий для прессы. Принципы организации пресс-конференции.
2. Создание информационных материалов для пресс-конференции. Написание приглашений и пресс-релиза. Созыв приглашаемых участников.
3. Принципы выбора времени, даты и места проведения пресс-конференции.
4. Подготовка участников пресс-конференции.
5. Особенности проведения пресс-конференции в различных структурах.
6. Алгоритм проведения пресс-конференции. Роль, задачи и функции ведущего пресс-

- конференции.
- 7. Проблема нейтрализации негативного отношения журналистов к теме и участникам пресс-конференции.
- 8. Работа с прессой после проведения пресс-конференции.
- 9. Мониторинг, контент-анализ и экспресс-анализ СМИ по итогам пресс-конференции.
- 10. Подготовка и проведение брифингов, пресс-туров.
- 11. Корректировка «информационного следа»: методы и приемы.

### **Тема 9. Правовые и этические аспекты деятельности пресс-службы.**

- 1. Правовое регулирование медиасферы.
- 2. Конституция РФ об отношениях в медиасфере и информационных правах граждан.
- 3. Законодательные акты, регулирующие медиадетельность.
- 4. Региональные законодательные акты, касающиеся деятельности пресс-службы и СМИ.
- 5. Правовые и этические регуляторы в деятельности пресс-службы.
- 6. Роль пресс-службы в обеспечении права журналистов на поиск и получение информации.
- 7. Способы нейтрализации негативной информации пресс-службой. Слухи и борьба с ними.
- 8. Этика отношений пресс-службы и ее сотрудников в контексте информационного противостояния с общественностью, представителями властных, политических и бизнес-структур, а также со СМИ.

### **Примерный тест**

- 1. В каком году и где появились первые пресс - службы?
  - ☐ 1993 г., Москва, Нижний Новгород;
  - ☐ 1988 г., Москва, Ленинград;
  - ☐ 1991 г., Москва, Ростов - на - Дону.
- 2. Каково назначение пресс-службы в структуре PR?
  - ☐ анализ социальных проблем, связанных с изменениями в сфере экономики;
  - ☐ обеспечение полноты и оперативности информации о деятельности представляемой ею организации, создание оптимальных условий для взаимодействия со СМК;
  - ☐ анализ главных событий внутри корпорации и за ее пределами и их влияние на деловую жизнь.
- 3. Кто является ключевой фигурой пресс-службы?
  - ☐ директор департамента АО связям с общественностью;
  - ☐ пресс-секретарь;
  - ☐ сотрудник пресс-службы.
- 4. Что является целью деятельности пресс-служб в системе связей с общественностью?
  - ☐ отражение событийной картины мира, объективный анализ социальных проблем с целью их разрешения;
  - ☐ создание побудительных мотивов для увеличения спроса на товары (услуги);
  - ☐ создание положительного имиджа и управление им, разрешение кризисных

ситуаций.

5. Что является объектом деятельности пресс-служб в системе связей с общественностью?

- ☐ репутация;
- ☐ товар (услуги);
- ☐ социальная информация, разнообразные факты социальной действительности.

6. Одна из основных черт институционализации пресс-служб в системе связей с общественностью – это:

- ☐ усиление роли пресс-служб в выполнении ими социально значимой функции обеспечения взаимосвязи между социальными структурами;
- ☐ формирование имиджа первых лиц организации, обеспечение ее деятельности необходимым информационным, коммуникативным и аналитическим сопровождением;
- ☐ 3. проведение анализа информационного поля на предмет освещения в СМИ событий, связанных с деятельностью организации.

7. На чем основывается методология связей с общественностью?

- ☐ на знании новейшей истории российского государства;
- ☐ на системе социологических знаний и категориальном аппарате социологии;
- ☐ на знаниях законов развития рыночной экономики.

8. Общественное мнение - это

- ☐ обсуждаемый в коллективе вопрос;
- ☐ система мнений, суждений, понятий, сформировавшихся в обществе или в отдельных общественных группах в определенный отрезок времени;
- ☐ результат, полученный методом опроса на собрании.

9. Наиболее важная аудитория, от которой, в первую очередь, зависит репутация организации - это

- ☐ СМИ;
- ☐ Персонал
- ☐ партнеры

10. Какой функции нет у пресс-служб?

- ☐ консультативно-методической;
- ☐ контрольно- ревизионной;
- ☐ аналитико-прогностической.

11. Какой самый важный элемент в деятельности пресс-служб, благодаря которому очевидна эффективность работы с целевой группой общественности?

- ☐ эффективность
- ☐ канал информации;
- ☐ обратная связь;
- ☐ PR-обращение.

12. Кто является основателем создания и распространения пресс-релизов?

- ☐ Сэм Блэк;
- ☐ Айве Ли;
- ☐ Томас Джефферсон.

13. Кто первый высказал идею, что в основе деятельности любой организации должна быть открытость для СМИ и общественности?

- ☐ Ф. Джефкинс;
- ☐ С. Блэк;
- ☐ С. Адамс.

14. Какова цель корпоративного издания?

- ☐ достижение популярности у читателей;
- ☐ достоверное и полное информирование работников о стратегиях компании,
- ☐ ее целях и достижениях;
- ☐ получение прибыли.

15. Что является оперативным информационным документом пресс-службы?

- ☐ пресс-релиз;
- ☐ портфолио;
- ☐ положение о пресс-службе.

16. Что является имиджевым документом пресс-службы?

- ☐ аналитическая справка;
- ☐ бренд-бук;
- ☐ заявление о печати.

17. Самая мобильная форма общения со средствами массовой коммуникации?

- ☐ презентация;
- ☐ брифинг;
- ☐ пресс-тур.

18. Какие основополагающие принципы обеспечивают эффективность проводимой организацией информационной политики?

- ☐ отслеживание критических публикаций в СМИ и их комментирование;
- ☐ двусторонняя информационная связь, доверие сторон, соблюдение кодексов

этического поведения;

- вовлечение журналистов и целевых групп общественности в деятельность,
- выгодную для организации.

### **Примерные кейсы по теме «Подготовка текстовых и аудиовизуальных материалов для публикации в СМИ»:**

**Кейс 1.** Исправьте ошибки в данном пресс-релизе, а также заполните проблемные места, выделенные подчеркиванием и цифрами.

В (1)РГБ состоится презентация Исторического словаря русского языка(2).

Первый тираж уникального издания – 1000 экземпляров. Сразу после презентации его значительная часть будет передана в фонды (3)Российской государственной библиотеки, в (4)министерство культуры РФ и направлена в библиотеки региональных центров России. Над (5)инвентаризацией русского языка работал авторский коллектив, в составе которого (6)преподаватели Московского института иностранных языков, МГУ им. Ломоносова под руководством академика Российской академии лингвистических наук (7)Э.Ф. Володарской. В редакционном совете издания – академики Е.П. Чельшев, Ю.Л. Воротников, Ю.С. Степанов, В.М. Алпатов, Е.М. Верещагин.

В первые три тома вошли статьи(8)посвященные русским словам на буквы А, Б, В и Г. В статьях словаря приводятся наиболее употребляемые сейчас слова и их производные(9)так называемые (10)«деривативы» с момента их регистрации в языке.

(11)В России уже давно назрела (12)необходимость создания такого словаря. Нам необходимо сохранить историю русского языка, чтобы будущие поколения знали(13)откуда(14)например появились слова (15)алтарь или апрель и что они означали в разные времена(16)сообщила в беседе с корреспондентом Медиа-центра «Национальная промышленность» президент академии лингвистических наук Эмма Володарская.

В каждый из томов вошли 450 статей(17)описывающих историю 3000 слов с древнейших времен до наших дней.

В пресс-конференции примут участие(18)

\* Володарская (19)Э.Ф., (20)Руководитель редакционного совета(21)

\* Чельшев Евгений Петрович, академик РАН;

\* Воротников Юрий Леонидович, председатель Совета Российского гуманитарного научного фонда.

Вопрос (22)создания словаря истории русских слов периодически поднимался еще в XIX веке. Но ученые так и не создали ничего подобного вплоть до наших времен. Создание первых трех томов «Исторического словаря русского языка» потребовало 10 лет кропотливой работы.

Презентация и пресс-конференция состоятся (дата, время, место и телефоны для аккредитации).

### **Кейс 2**

Ежегодно в Москве проводится международный фестиваль искусств «Традиции и современность». Задача организаторов данного мероприятия – не только обеспечить его максимальное «звучание» в столичных СМИ, но и активное продвижение фестиваля в других регионах России.

Каким образом вы бы наладили работу со СМИ субъектов Российской Федерации по данному проекту? (Выберите наиболее оптимальный, на ваш взгляд, алгоритм действий, который позволит достичь максимального PR-эффекта.)

а) Оценить бюджет проекта, обратиться к местным телевизионщикам с просьбой изготовить видеоролик об участнике фестиваля и разметить его в эфире региональных телеканалов.

б) Выйти на связь с участником и привлечь его к информационной работе, воспользовавшись его связями со СМИ.

в) Запросить у организаторов фестиваля данные о художниках и скульпторах, участвующих в выставках, создать максимально подробную базу данных СМИ данного региона. Далее применить «веерный» метод распространения информации – рассылка сообщений об участниках. В процессе работы обращаться за содействием к региональным министерствам культуры, а также к профессиональным союзам и объединениям.

### Кейс 3.

ОАО «Гипроречтранс» по заказу московского правительства в течение двух лет занималось разработкой уникального сооружения – автостоянки, которая будет размещена под руслом Водоотводного канала в самом центре российской столицы. Проект – грандиозный по масштабам: паркинг рассчитан на 850 машиномест.

Как бы вы озаглавили пресс-релиз, который будет посвящен завершению создания проекта автостоянки?

а) Завершено создание проекта подводной автостоянки в Москве.

б) Машины уйдут под воду.

в) Завершено создание проекта первой в России двухъярусной подводной автостоянки, которая будет построена в Москве.

г) В столице появится подводная автостоянка.

### Кейс 4.

Компания «Энергопром» более 10 лет занимается проектной разработкой объектов энергетического комплекса России. Ее специалисты привлекались к созданию таких крупнейших сооружений, как ГТУ – ТЭЦ Астраханского газоперерабатывающего завода, Якутской ГРЭС-2, Паужетской ГеоЭС. Последними проектами компании заинтересовались журналисты одной из ведущих радиостанций России. Но давать 20 минут эфира для рассказа только о компании и ее проектах они, конечно, не проявляли особого желания.

Какой выход, на ваш взгляд, был бы логичен в этой ситуации?

а) Отказаться от эфира.

б) Пригласить для участия в эфире не только представителя компании «Энергопром», но и официальных лиц, отвечающих за состояние энергетической отрасли России.

в) Не позиционировать спикера компании «Энергопром» как представителя коммерческой структуры, назвать его как-нибудь нейтрально. Например, экспертом в области энергетики.

г) Всячески избегать упоминания названия компании «Энергопром» в эфире.

### Кейс 5.

В марте 2015 года в пресс-центре РИА «Новости» состоялась пресс-конференция «Что ждет российскую санаторно-курортную систему? Две тенденции: борьба за выживание или полноценная работа на здоровье россиян». В качестве спикеров были заявлены представители государственных и общественных структур, а также директора



самых санаториев и профилакториев, которые приехали в Москву из регионов, чтобы рассказать о наболевшем на пресс-конференции. Однако за 10 минут до ее начала все чиновники, которые были приглашены, неожиданно отказались от участия без объяснения причин.

Что в этой ситуации должны предпринять организаторы, чтобы обеспечить максимально объективное освещение поставленной проблемы в СМИ?

- а) Предъявить письменный отказ чиновников от участия в пресс-конференции.
- б) Предоставить запись телефонного разговора с чиновниками.
- в) Раздать журналистам подборку цитат представителей министерств и ведомств, которые отражают отношение официальных органов к данной проблеме со ссылками на источники.
- г) Не обращать внимания на поведение представителей госструктур.

#### Кейс 6.

Европейский университет права (JUSTO) отличается довольно принципиальной позицией по отношению к курящим абитуриентам и студентам. Любой поступающий в вуз сначала получает предупреждение от приемной комиссии, что если он не откажется от курения в течение одного месяца, то будет оштрафован. А через полгода – отчислен. Согласитесь, правило любопытное, но имеет довольно слабые позиции, чтобы привлечь внимание журналистов и общественности. Как говорят информационщики, нет новости...

Задача PR-специалиста – актуализировать информационный повод.

Как, на ваш взгляд, это можно сделать?

- а) Устроить показательное отчисление студентов из вуза и сообщить об этом журналистам.
- б) Оштрафовать на приличные суммы 10-20 студентов зараз и сообщить об этом журналистам.
- в) Создать пресс-релиз и рассказать о необычном методе борьбы с курением 31 мая.
- г) Выйти на связь с журналистами и редакторами и попытаться их убедить в актуальности данной темы.

#### Кейс 7.

В июне 2015 года в Центральном доме журналиста прошел Фестиваль русской поэзии на иностранных языках. Студенты московских вузов читали стихи классиков на английском, французском, итальянском, испанском, японском и других языках. В этом начинании их поддержали и звезды: Элина Быстрицкая читала Пушкина на украинском, а Диана Гурцкая – Есенина на грузинском. Задача организаторов состояла не только в максимальном информационном сопровождении проекта в СМИ, но и в привлечении внимания школьников старших классов (будущих студентов) к высшему лингвистическому образованию.

Каким образом PR-специалистам привлечь внимание учащихся к данной акции?

- а) Разослать письма-приглашения директорам школ.
- б) Разместить объявления о фестивале в зданиях учебных заведений.
- в) Заинтересовать темой фестиваля департамент образования города и окружные управления.
- г) Провести мощную анонсирующую кампанию, которая и обеспечит явку родителей и школьников на фестиваль.

#### 4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции	Показатель оценивания	Средства (методы) оценивания

ПК-6.2	Способность применять на практике методы и инструменты аналитической журналистики, технологии политического PR и GR, для эффективного взаимодействия и сотрудничества с представителями различных сегментов общества, интерактивного общения с аудиторией.	на уровне знаний: теоретико-методологические подходы к управлению информационно-коммуникативными процессами, основ публичных отношений в сфере СМИ, структуры и принципов организации пресс-службы в историческом контексте и на современном этапе, форм и методов работы пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями.	ответы на вопросы тест
		на уровне умений: обработка и проверка полученной информации, формирование информационных поводов для СМИ, анализ содержания сообщений СМИ.	ответы на вопросы кейсы
		на уровне навыков: подготовки пресс-релизов; планирования и оценки эффективности деятельности пресс-службы, разработки PR-текстов, организации пресс-конференции, брифинга, пресс-туров, контент-анализа и экспресс-анализа СМИ.	ответы на вопросы кейсы

### Вопросы к экзамену

1. Виды и типы информации. Внешняя и внутренняя информация.
2. Современные каналы коммуникации.
3. Система СМИ в России: история формирования, особенности, проблемы.
4. Государственные и частные СМИ в России.
5. Типология современных российских СМИ.
6. Современные формы концентрации российских СМИ.
7. История возникновения отечественных пресс-релейшнз.
8. Правовые и этические основы деятельности современных пресс-служб.
9. Классификация современных российских пресс-служб: принципы и особенности.
10. Специфика работы пресс-служб по отраслям деятельности.
11. Федеральные и региональные пресс-службы.
12. Специфика работы пресс-служб в государственных структурах.

13. Специфика работы пресс-службы в частных и коммерческих структурах.
14. Специфика работы пресс-службы в политической и общественной сфере.
15. Цели и задачи пресс-службы.
16. Основные функции пресс-службы.
17. Структура современной пресс-службы.
18. Документальная основа функционирования пресс-службы.
19. Пресс-секретарь: функции, обязанности, права, особенности работы.
20. Виды и формы работы пресс-службы со СМИ.
21. Основные принципы подготовки, организации и проведения пресс-конференции.
22. Медиапланирование как основной принцип деятельности пресс-службы.
23. Брифинг, пресс-тур как формы работы пресс-службы со СМИ.
24. Встреча с журналистами, интервью, дебаты, круглый стол как формы работы пресс-службы со СМИ.
25. Аккредитация журналистов: принципы организации, правила, специфика.
26. Мониторинг, контент-анализ и экспресс-анализ СМИ по итогам пресс-мероприятий.
27. Основные жанры письменных PR-текстов.
28. Пресс-релиз, его виды и системы рассылки.
29. Специфика подготовки и производства медиатекстов.
30. Специфика подготовки и использования устных PR-текстов.
31. Виды и жанры устных выступлений.
32. Особенности спичрайтинга в работе пресс-службы.
33. Формы и методы работы пресс-службы в условиях информационного противостояния или конфликта.
34. Принципы отношений сотрудников пресс-службы с представителями СМИ.
35. информации.
36. Методы контроля и влияния пресс-службы на общественное мнение и слухи.

#### Шкала оценивания.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки

	принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:

- оценка **удовлетворительно** выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка **хорошо** выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;
- оценка **отлично** выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 до 100 баллов.

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

#### 4.4. Методические материалы

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций проводятся в соответствии с Уставом Академии (утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 12.05.2012 г. N 473), Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС (утв. Приказом ректора от 25.01.2012 г. №01-349; изм. от 07.06.2013 г.), Порядке организации и проведения практики студентов, осваивающих в РАНХиГС образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры (утв. Приказом ректора от 11.05.2016 г. №01-2212).

### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся

рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.

Предлагается следующая структура доклада:

1. Введение:

- указывается тема и цель доклада;
- обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.

2. Основное содержание доклада:

- последовательно раскрываются тематические разделы доклада.

3. Заключение:

- приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

При подготовке к тестированию следует учитывать, что тест проверяет не только знание понятий, категорий, событий, явлений, умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы разных явлений и процессов. Поэтому при подготовке к тесту не следует просто заучивать, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем. Большую помощь оказывают интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля.

Тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест. Можно дать следующие методические рекомендации: следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся; отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья; очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам».

Контроль самостоятельной работы осуществляется в рамках опроса по темам.

Для самостоятельной подготовки к занятиям студентам предлагается изучить следующие темы и подготовить по одной из них реферат.

В рамках для самостоятельной подготовки к занятиям студентам предлагается изучить следующие темы и подготовить по одной из них реферат.

**Примерные темы рефератов**

1. История возникновения отечественных пресс-релизов.
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).

Методические рекомендации по написанию реферата:

Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.

Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения. Объем реферата 7-15 стр.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

### **6.1. Основная литература**

1. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства - М. : Дашков и К, 2016. - 507 с.
2. Монахов В.Е. Связи с общественностью в органах власти. Учебник для академического бакалавриата / Монахов В.Е., Васильева М.М., Мехонцев В.В., Жеглова Ю.Г., Погребенков В.И., Попкова Е.Е., Чашихин Б.Д. - М.: Издательство Юрайт, 2015. - ЭБС «Юрайт» [[http://urait.ru/catalog/pechatnye\\_izdaniya/32159/](http://urait.ru/catalog/pechatnye_izdaniya/32159/)]
3. Синяева И.М., Романенкова О.Н. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. Учебник для бакалавров - М.: Юрайт, 2015. - ЭБС "Юрайт" [http://www.biblio-online.ru/thematic/?31&id=urait.content.3C2BCD46-B90B-46FE-9717-B9F4CDB51EAA&type=c\\_pub](http://www.biblio-online.ru/thematic/?31&id=urait.content.3C2BCD46-B90B-46FE-9717-B9F4CDB51EAA&type=c_pub)

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Язык средств массовой информации. - М.: Академический Проект, Альма Матер. 2015. // <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>
2. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации. - М.: КноРус, 2014 . – 356 с.
3. Марков А.А., Полякова Н.В., Молчанова О.И. Теория и практика массовой информации. - М.: Инфра-М. 2014. – 452 с.
4. Горьков В.М., Комаровский В.С. Связи с общественностью в органах государственной власти. - М. : КноРус, 2014. -158 с.
6. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. - М.: Феникс, 2014. – 352 с.
9. 10. Bolin, Göran, nstitution, Technology, World: Relationships between the Media, Culture and Society//Handbooks of communication sciences Mediatization of Communication. 01/01/2014 :175-197
11. Vaast, Emmanuelle, Davidson, Elizabeth J., Mattson, Thomas. TALKING ABOUT TECHNOLOGY: THE EMERGENCE OF A NEW ACTOR CATEGORY THROUGH NEW MEDIA//MIS Quarterly. Dec2013, Vol. 37 Issue 4, p1069-A2. 26p. 1 Diagram, 5 Charts.
12. Lin, Julian. The effects of gratifications on intention to read citizen journalism news: The mediating effect of attitude//Computers in Human Behavior. Jul2014, Vol. 36, p129-137. 9p.
13. Anderson, C. W. The Sociology of the Professions and the Problem of Journalism Education// Radical Teacher. Spring2014, Issue 99, p62-68. 7p.
14. Dickinson, Roger. Max Weber Studies. Weber's sociology of the press and journalism: continuities in contemporary sociologies of journalists and the media.// Max Weber Studies. Jul2013, Vol. 13 Issue 2, p197-215.
15. Schudson, Michael . 'The Sociological Imagination' as Cliché: Perils of Sociology and Practices of Journalism// International Journal of Politics, Culture, and Society, 9/1/2008, Vol. 20, Issue 1/4, p. 41-49

### **6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

1. Агапов, В. С. . Социально-психологические детерминанты креативной компетентности студентов : монография / Агапов, Валерий Сергеевич, Давлетова, Рада Уеловна. - М. : Макеев Игорь Вячеславович, 2016. - 163 с.

2. Володина А.Ю. Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы [Электронный ресурс]/ Володина А.Ю., Костин И.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московская государственная академия водного транспорта, 2015.— 22 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/46478.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Новиков В.К. Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы [Электронный ресурс]/ Новиков В.К.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московская государственная академия водного транспорта, 2015.— 34 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/46479.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Образовательные инновации и практики карьеры : сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
6. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html>.— ЭБС «IPRbooks»
7. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

#### **6.4. Нормативные правовые документы**

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрании законодательства РФ. - 2014. - № 31. - ст. 4398.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1998. - № 31. - ст. 3823.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.10.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1996. - № 5. - ст. 410.
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 06.07.2016, с изм. от 17.11.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.10.2016) // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 1 (ч. 1). - ст. 1.
5. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 06.07.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1996. - № 25. - ст. 2954.
6. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) «О средствах массовой информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016) // Ведомости СНД и ВС РФ. – 1992. - № 7. - ст. 300.
7. Федеральный закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ (ред. от 12.03.2014) «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» // Собрание законодательства РФ. – 1995. - № 3. - ст. 170.
8. Закон РФ от 21.07.1993 № 5485-1 (ред. от 08.03.2015) «О государственной тайне» // Собрание законодательства РФ. - 1997. - № 41. - стр. 8220-8235.
9. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства РФ. – 2006. - № 31 (1 ч.). - ст. 3448.



10. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015, с изм. от 03.07.2016) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015) // Собрание законодательства РФ. – 2006. - № 12. - ст. 1232.
11. Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «О связи» // Собрание законодательства РФ. - 2003. - № 28. - ст. 2895.
12. Федеральный закон от 29.07.2004 № 98-ФЗ (ред. от 12.03.2014) «О коммерческой тайне» // Собрание законодательства РФ. – 2004. - № 32. - ст. 3283.
13. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О персональных данных» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2015) // Собрание законодательства РФ. – 2006. - № 31 (1 ч.). - ст. 3451.
14. Федеральный закон от 22.10.2004 № 125-ФЗ (ред. от 23.05.2016) «Об архивном деле в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2004. - № 43. - ст. 4169.
15. Федеральный конституционный закон от 28.06.2004 № 5-ФКЗ (ред. от 06.04.2015) «О референдуме Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2004. № 27. - ст. 2710.
16. Федеральный закон от 26.11.1996 № 138-ФЗ (ред. от 04.06.2014) «Об обеспечении конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления» (вместе с «Временным положением о проведении выборов депутатов представительных органов местного самоуправления и выборных должностных лиц местного самоуправления в субъектах Российской Федерации, не обеспечивших реализацию конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления») // Собрание законодательства РФ. – 1996. - № 49. - ст. 5497.
17. Федеральный закон от 11.07.2001 № 95-ФЗ (ред. от 09.03.2016) «О политических партиях» (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.03.2016) // Собрание законодательства РФ. – 2001. - № 29. - ст. 2950.
18. Федеральный закон от 19.05.1995 № 82-ФЗ (ред. от 02.06.2016) «Об общественных объединениях» // Собрание законодательства РФ. – 1995. - № 21. - ст. 1930.
19. Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ (ред. от 05.04.2016) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 24. - ст. 2253.
20. Федеральный конституционный закон от 30.05.2001 № 3-ФКЗ (ред. от 03.07.2016) «О чрезвычайном положении» // Собрание законодательства РФ. – 2001. - № 23. - ст. 2277.
21. Федеральный конституционный закон от 30.01.2002 № 1-ФКЗ (ред. от 12.03.2014) «О военном положении» // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 5. - ст. 375.
22. Федеральный закон от 21.12.1994 № 68-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» // Собрание законодательства РФ. – 1994. - № 35. - ст. 3648.
23. Федеральный закон от 06.03.2006 № 35-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «О противодействии терроризму» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 11. - ст. 1146.
24. Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ (ред. от 23.11.2015) «О противодействии экстремистской деятельности» // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 30. - ст. 3031.
25. Федеральный закон от 04.04.2005 № 32-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «Об Общественной палате Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2005. - № 15. - ст. 1277.
26. Федеральный закон от 24.07.1998 № 124-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 1998. – № 31. - ст. 3802.

27. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О стратегическом планировании в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2014. - № 26 (часть I). - ст. 3378.
28. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утв. Президентом РФ от 9 сентября 2000 г. № Пр-1895) // Российская газета. - 2000. - № 187.
29. Основы государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности на период до 2020 года (утв. Президентом РФ 24 июля 2013 г., № Пр-1753). Доступ к URL: <http://base.garant.ru/182535/>
30. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации (утв. Президентом РФ 7 февраля 2008 г. № Пр-212) // Российская газета. - 2008. - № 34.
31. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 313 (ред. от 21.10.2016) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)»» // Собрание законодательства РФ. – 2014. - № 18 (часть II). - ст. 2159.

### 6.5. Интернет-ресурсы

1. Центральная библиотека образовательных ресурсов. Режим доступа: <http://www.edulib.ru/>
2. Сводный каталог электронных библиотек. Режим доступа: <http://www.lib.msu.ru/journal/Unilib/main.htm>
3. Базы данных ИНИОН. Режим доступа: <http://www.inion.ru/product/db.htm>
4. Библиотека образовательного портала «Экономика, социология, менеджмент». Режим доступа: <http://ecsocman.edu.ru/>
5. Библиотека федерального портала «Российское образование». Режим доступа: <http://www.edu.ru/>
6. Библиотека учебной и научной литературы русского гуманитарного интернет университета. Режим доступа: <http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx>
7. Экономический и социальный совет ООН (Язык сайта – английский). Режим доступа: <http://www.un.org/en/development/index.shtml>; Режим доступа: <http://www.un.org/en/ecosoc/>
8. библиотека по журналистике (история журналистики, теория и практика, реклама, маркетинг, PR, право, логика, риторика, справочники и словари). Режим доступа: <http://www.eartist.narod.ru/>
9. Медиакратия: информационно-образовательный портал для медиасообщества. Режим доступа: <http://www.mediocratia.ru/> -

### 7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы: читальные залы библиотеки.

Программное обеспечение: MS Office Professional Plus 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: [www.nns.ru](http://www.nns.ru); Российская государственная библиотека. URL: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru); Российская национальная библиотека. URL: [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru); Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮПАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.