

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ  
ТАДЖИКИСТАН  
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»**

**«Утверждаю»**  
Декан факультета русской филологии,  
журналистики и медиа технологий  
 **Рахимов А.А.**  
«27» 01 2026 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Пресс-служба»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки – «Рекламная деятельность»

Форма подготовки – очная

Уровень подготовки – бакалавриат

2 курс

ДУШАНБЕ – 2026

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 08.06.2017

При разработке рабочей программы учитываются

- требования работодателей, профессиональных стандартов по направлению;
- содержание программ дисциплин, изучаемых на предыдущих и последующих этапах обучения;
- новейшие достижения в данной предметной области.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры отечественной и международной журналистики, протокол № 6 от 23.01. 2026 г.

Рабочая программа утверждена УМС факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

Рабочая программа утверждена Ученым советом факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

## Расписание занятий дисциплины

Ф.И.О. преподавателя	Аудиторные занятия		Приём СРС	Место работы преподавателя
	Лекция	Практические занятия (КСР, лаб.)		
Ашурова Д.А.				

### 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 1.1. Цель курса:

Целью дисциплины «Основы организации работы пресс-службы» является освоение студентами теоретических основ работы государственной пресс-службы, а также получение навыков профессиональной работы в области современных связей с общественностью как науки и средства политики.

Данный курс предполагает знакомство с современной системой пресс-рилейшнз, их спецификой и особенностями функционирования, информационной работой государственных учреждений со СМИ и общественностью, пропаганде ими своих целей и решений, организации публичных акций, работающих на положительный имидж учреждения.

#### 1.2. Задачи:

- 1.1 раскрыть основные стороны деятельности сотрудников в редакционном коллективе пресс-службы;
- 1.2 овладеть методами управления структуры пресс-службы;
- 1.3 изучить условия эффективности функционирования пресс-службы;
- 1.4 познакомиться с основными направлениями процесса подготовки. Взаимодействия пресс-службы с другими подразделениями.

**1.3. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные/ профессиональные (элементы компетенций)**

**Таблица 1.**

Код	Результат освоения ООП. Содержание компетенций (в соответствии с ФГОС)	Перечень планируемых результатов обучения	Вид оценочного Средства
УК-3	<p><b>УК-3.</b> Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p><b>ИУК-3.1.</b> Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из знания социологии и социальной психологии, методов развития личности этических норм профессионального взаимодействия с коллективом</p> <p><b>ИУК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p><b>ИУК-3.3.</b> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели</p> <p><b>ИУК-3.4.</b> Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную ответственность за результат</p>	<p>Устный опрос. PR-текст. Рекламный ролик. PR ролик. CV. Контрольная работа.</p>
ПК-3	<p><b>ПК-3.</b> Способен организовывать и координировать</p>	<p><b>ИПК-3.1.</b> Планирует и организует работу</p>	<p>Презентация. Контрольная работа. Устный</p>

	деятельность подразделений и участников рекламной и PR-деятельности	рекламных и PR-подразделений.  <b>ИПК-3.2.</b> Координирует взаимодействие с заказчиками, СМИ и партнерами.  <b>ИПК-3.3.</b> Контролирует выполнение задач и оценивает эффективность работы.	опрос. Дискуссия.
--	---	--	----------------------

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

2.1. Дисциплина «Организация работы пресс-службы» является дисциплиной по выбору (Б1.В.ДВ 7) и нацелена на глубокое ознакомление студентов с деятельностью пресс-служб в контексте задач государственной информационной политики. Данная дисциплина связана с изученными ранее дисциплинами «Основы теории журналистики», «Основы журналистской деятельности», «Прикладные дисциплины», «Риторика». Взаимосвязь с другими дисциплинами представлена в Таблице 2.

Таблица 2.

№	Название дисциплины	Семестр	Место дисциплины в структуре ООП
1.	<i>Основы теории журналистики</i>	1	Б1.Б. 4
2.	<i>Основы журналистской деятельности</i>	1-2-3	Б1.Б.6
3.	<i>Техника и технология СМИ</i>	2 -3	Б1.Б. 11
4.	<i>Прикладные дисциплины</i>	4	Б1.Б.13
5.	<i>Технология выпуска печатных СМИ</i>	5	Б1.В.ОД.14
6.	<i>Учебно-ознакомительная практика</i>	2	Б2.У.
7.	<i>1 –я производственная практика</i>	4	Б2.П1

## 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСА, КРИТЕРИИ НАЧИСЛЕНИЯ БАЛЛОВ

Объем дисциплины «Основы организации работы пресс-службы» (по очной форме обучения) составляет 2 зачетных единиц, всего 72 часа, из которых: лекции – 12 часов, практические занятия 12 часов, КСР – 12 часов, СР – 36 часов.

**Зачет - V семестр.**

### **3.1 Структура и содержание практической части курса**

Раздел 1. Практические занятия (20 часов д/о и 8 часов з/о)

**Практическое занятие № 1.** Структура и принципы организации современной пресс-службы (2 / 2 часа).

1. Основные варианты структуры пресс-службы
2. Сходство и различие структур пресс-служб органов власти, хозяйствующих субъектов и общественных организаций.
3. Типовая структура и основное содержания Положения о пресс-службе

**Практическое занятие № 2.** Должностные обязанности пресс-секретаря (2 / 2 часа).

- 1 Типовые должностные обязанности пресс-секретаря: структура и содержание.
- 2 Организация поставки информации в СМИ
- 3 Составление медиа-карты региона

**Практическое занятие № 3.** Планирование и организация работы пресс-службы (2 / 2 часа).

- 1 Источники и принципы планирования
- 2 Практика разработки типовых технологических схем проведения мероприятий для прессы
- 3 Планирование информационных кампаний

**Практическое занятие № 4.** Подготовка текстовых и аудиовизуальных материалов для публикации в СМИ во время избирательной кампании (2 / 2 часа).

1. Приемы оптимизации формы и стиля при подготовке пресс-релизов, заявлений для прессы. Кейс-история. Биография. Обзорная статья.
2. Подготовка информации базового характера (бэкграундеров), пакета для прессы (медиа-кит).
3. Особенности взаимодействия современной пресс-службы с теле- и радиокомпаниями и информационными агентствами.
4. Пресс-служба штаба избирательной кампании: специфика структуры и деятельности.

**Практическое занятие № 5.** Подготовка и проведение специальных мероприятий для прессы (4 часа).

1. Современные мультимедийные средства, применяемые на мероприятиях для журналистов.
2. Организация и проведение пресс-тура

3. Особенности проведения презентаций, клубных вечеров, торжественных актов.

**Практическое занятие № 6.** Деятельность пресс-службы в условиях кризиса (4 часа).

1. Работа пресс-секретаря как члена группы по управлению кризисной ситуацией.
2. Оценка коммуникационных аспектов кризиса и принятие решений.
3. Роль спин-доктора в минимизации последствий кризиса.

**Практическое занятие № 7.** Аналитическая работа в пресс-службе (4 часа).

- 1 Функциональные обязанности сотрудников аналитического отдела.
- 2 Разработка программы анализа периодических изданий.
- 3 Разработка программы анализа телепрограмм.

**ИТОГО: 20 часов практических занятий по очной форме обучения // 8 часов по заочной форме обучения.**

### **3.2 Структура и содержание КСР**

Раздел 2. КСР (16 часов)

#### **КСР № 1 (2 часа)**

Разработать эскизный проект положения о пресс-службе для

- администрации города с населением 100 – 150 тыс. человек в средней полосе России (вариант 1);
- машиностроительного завода с числом работающих около 1000 чел. (вариант 2);
- сети супермаркетов в областном центре с населением около 1 млн. чел. (вариант 3).

Занятие проводится в малых группах. Заслушиваются выступления представителей групп и проводится общее обсуждение проектов.

#### **КСР № 2 (2 часа)**

Задание: исходя из должностных обязанностей пресс-секретаря разработать набор его профессиональных качеств (профессиограмму). Работа выполняется в трех группах и результат представляется в виде следующей таблицы (бланки раздаются студентам, в бланке по 10 строк)

В результате обсуждения трех докладов в учебной группе создается согласованная модель.

Разработать план информационной кампании для

- пресс-службы органа местного самоуправления в связи с проведение Дня города
  - пресс-службы некоммерческой организации для проведения мобилизации общественности на борьбу с детской беспризорностью в областном центре с населением около 1 млн. чел.
  - пресс-службы департамента здравоохранения в связи с реализацией новой программы оказания медицинской помощи ветеранам труда (вариант 3).
- Каждая группа проводит защиту своего проекта.

### **КСР № 3 (2 часа)**

Разработать медиаплан для двух газет, телеканала, двух радиостанций и корпоративного сайта для региона с населением около 3 млн. человек.

Комплект прайс-листов и эфирных сеток прилагается). Цели кампаний:

- продвижение Дома моды (информационный повод – 10 лет со дня основания);
  - лоббирование областного закона об образовании для детей с ограниченными возможностями;
  - защита интересов муниципального предприятия "Пассажирэлектротранс" в связи с изменением порядка оплаты проезда пенсионерами в городе с населением около 1 млн. чел.
- Каждая группа проводит защиту своего проекта.

### **КСР № 4 (2 часа)**

Формируются три группы, в каждой из которых студенты распределяют между собой следующие роли в городском штабе по выборам в Государственную Думу политической партии "За нашу Россию": пресс-секретаря, медиа-планера, медиа-байера, копирайтера. Каждая группа на предшествующем занятии получает один и тот же вариант домашнего задания:

- написать биографию кандидата - регионального лидера партии;
  - подготовить заявление по поводу принятия Государственной Думой в первом чтении поправок в законодательство разрешающих призывать юношей на срочную военную службу сразу после получения диплома бакалавра;
  - разработать пресс-релиз в связи с предстоящим проведением Дня партии;
- подготовить участие кандидата в ток-шоу на региональном телевидении.

Информационный повод ток-шоу – опубликование официального отчета о деятельности органов внутренних дел, в котором констатируется существенное ухудшение криминогенной ситуации в регионе;

•спланировать размещение и распространение подготовленных материалов.

Каждая группа проводит защиту своих информационных материалов и способов их применения.

### **КСР № 5 (2 часа)**

Ролевая игра "Пресс-конференция". Составление рабочего плана подготовки пресс-конференции. Проведение пресс-конференции. Студенты распределяются по пяти подгруппам: ньюсмейкеры, пресс-секретарь и его сотрудники;

представители лояльных СМИ, представители нелояльных СМИ; экспертная подгруппа.

Каждой группе выдается разработка, в которой указываются: характеристика организации, проводящей пресс-конференцию; информационный повод и цели проведения мероприятия; деловая и психологическая характеристика ньюсмейкера; интересы сил, которых представляет нелояльная пресса и их цели; место, время и продолжительность пресс-конференции.

Некоторые из возможных тем пресс-конференций:

- спор хозяйствующих субъектов;
- поражение футбольного клуба в ответственном матче;
- коррупционный скандал в органе государственной власти;
- открытие нового факультета в университете.

Темы на конкретное занятие подбираются с учетом текущей социально-политической ситуации, что дает информационные преимущества студентам, которые находятся в курсе событий. Об этом студенты предупреждаются на занятии, предшествующем данному.

Игра предусматривает соблюдение всех правил, необходимых для организации и проведения пресс-конференции. Ведется видеозапись и протокол экспертной группы. В заключение игры организуется обсуждение, целью которого является оценка достижения поставленных целей в рамках правил.

### **КСР № 6 (2 часа)**

Деловая игра: Пресс-служба акционерного общества в условиях кризиса

Студенты распределяются по шести подгруппам: руководство акционерного общества; представители миноритарных акционеров, пресс-секретарь и его сотрудники; представители лояльных СМИ, представители нелояльных СМИ; экспертная подгруппа.

Каждой группе выдается разработка, в которой указываются: характеристика акционерного общества;

характеристика кризиса (обвал рынка, техногенная катастрофа, теракт и т.п.);

интересы сил, которых представляет нелояльная пресса и их цели.

В процессе игры моделируется динамика развития кризиса (работа по вводным – например, инфаркт у гендиректора, утечка конфиденциальной информации, начало работы прокуратуры, других контрольных органов и т.п.).

Каждая группа разрабатывает своё поведение в технологически оформленных действиях:

Распределение обязанностей и организация работы сотрудников пресслужбы;

Взаимодействие с группами влияния и внутренней аудиторией;

Составление плана управления кризисной ситуацией;

Реагирование на вводные путем заявлений для прессы, запросов информации со стороны журналистов, проведение массовых акций и т.п. действий.

Ведется видеозапись и протокол экспертной группы. В заключение игры организуется обсуждение, целью которого является оценка достижения поставленных целей в рамках правил.

#### **КСР № 7 (2 часа)**

Составление тематической кодировочной таблицы для проведения мониторинга периодических изданий. Студенты распределяются по трем подгруппам, каждая из которых выполняет свой вариант задания: на основе целевой установки разработать технологию мониторинга комплекта периодических изданий и опробовать её практически.

Варианты целевых установок:

отражение деятельности органа власти или коммерческой структуры в прессе;

выделение спектра мнений по актуальной общественной проблеме;

обнаружение информационно-пропагандистской кампании в прессе;

анализ редакционной политики издания и его аудитории и т.п.

Для анализа используется месседж-таблица

#### **КСР № 8 (2 часа)**

**Деловая игра:** Анализ телепрограмм.

Используется видеозапись нескольких информационно-публицистических программ, которые просматриваются и анализируются студентами во время, отведенное на самостоятельную работу. Другой вариант – просмотр регулярной программы (Сванидзе, Сорокина, Соловьев и др.) в реальном эфире. На занятии каждая из четырех групп выступает с экспресс-анализом программы. Желательно с применением фрагментов видеозаписи. Оценивается наблюдательность и точность интерпретации видеоряда, работы телеведущих, шумового и музыкального оформления.

**ИТОГО: 16 часов КСР**

### 3.3. Структура и содержание практической части, КСР и СРС

для 4 курса д\о // 3 курса з\о

Таблица 3.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Литература	Кол-во баллов в неделю
		Лек.	Пр.	Лаб.	КСР	СРС		
Семестр VII д\о // семестр VI з\о								
1.	<p><b>Практическое занятие № 1.</b> Структура и принципы организации современной пресс-службы.</p> <p>1. Основные варианты структуры пресс-службы</p> <p>2. Сходство и различие структур пресс-служб органов власти, хозяйствующих субъектов и общественных организаций.</p> <p>3. Типовая структура и основное содержания Положения о пресс-службе</p>		2/2				5;10	
2.	<p><b>Практическое занятие № 2.</b> Должностные обязанности пресс-секретаря.</p> <p>1 Типовые должностные обязанности пресс-секретаря: структура и содержание.</p> <p>2 Организация поставки информации в СМИ</p> <p>2 Составление медиа-карты региона.</p> <p><b>Перечень тем, необходимых для формирования у студентов умений и навыков написания CV</b></p> <p>1. Что такое CV</p> <p>2. В чем разница между профессиональным и академическим резюме?</p> <p>3. Шаблоны</p> <p>4. Шаблон CV состоит из 12 базовых блоков. Перечислите их.</p>		2/2			6/8	3;4;11	3

	<p>5. Структура резюме</p> <p>6. Как правило, в контактах записывают ЧТО?</p>							
3.	<p><b>Практическое занятие № 3.</b></p> <p>Планирование и организация работы пресс-службы.</p> <p>1 Источники и принципы планирования</p> <p>2 Практика разработки типовых технологических схем проведения мероприятий для прессы</p> <p>3 Планирование информационных кампаний</p>		2 / 2				15; 18; 22.	3
4.	<p><b>КСР № 1</b></p> <p>Задание: Разработать эскизный проект положения о пресс-службе для администрации города с населением 100 – 150 тыс. человек в средней полосе России (вариант 1);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• машиностроительного завода с числом работающих около 1000 чел. (вариант2);</li> <li>• сети супермаркетов в областном центре с населением около 1 млн. чел (вариант 3)</li> </ul> <p>Занятие проводится в малых группах. Заслушиваются выступления представителей групп и проводится общее обсуждение проектов.</p> <p><b>Перечень тем для контрольных работ</b></p> <p>1. Влияние информатизации общества на модус политической коммуникации.</p> <p>2. Роль медиа в формировании политической культуры.</p> <p>3. Интермедиарная роль масс-медиа в политической коммуникации.</p> <p>4. Цели, задачи, функции журналистики в современной России.</p> <p>5. Характер публичной сферы в современной России.</p>				2		3;4; 11	3

	<p>6. Новые глобальные медиа в публичной сфере.</p> <p>7. Изменение логики взаимодействия медиа и политики в условиях становления и развития «общества знаний».</p> <p>8. Коммуникационные практики государственных, корпоративных и общественных СМИ.</p> <p>9. Глобализация как фактор развития современных медиа-технологий.</p> <p>10. Управление информационным потоком в современных масс-медиа.</p> <p>11. Особенности конструирования политического дискурса в масс-медиа.</p> <p>12. Эволюция технологических платформ СМИ и современные политические коммуникации.</p> <p>13. Перспективы использования сетевых медиа в международных отношениях и мировой экономике.</p> <p>14. Медиа-технологии формирования общественного мнения.</p>							
5.	<p><b>Практическое занятие № 4.</b></p> <p>Подготовка текстовых и аудиовизуальных материалов для публикации в СМИ во время избирательной кампании.</p> <p>1. Приемы оптимизации формы и стиля при подготовке пресс-релизов, заявлений для прессы. Кейс-история. Биография. Обзорная статья.</p> <p>2. Подготовка информации базового характера (бэкграундеров), пакета для прессы (медиа-кит).</p> <p>3. Особенности взаимодействия современной пресс-службы с теле- и радиокомпаниями и информационными агентствами.</p> <p>4. Пресс-служба штаба избирательной кампании: специфика структуры и деятельности.</p>		2/ 2			8/ 10	1; 3; 4; 7; 24	3

<p><b>Перечень дискуссионных тем для дискуссий и группового обсуждения:</b></p> <p>Формирование круга "доверенных" журналистов, которые будут постоянно сотрудничать с вашей организацией.</p> <p>Подготовка информационных материалов и имиджевых статей, пресс-релизов, справок и других материалов, касающихся деятельности организации.</p> <p>Организация интервью руководителя организации или руководителей программ для СМИ (перед публикацией интервью в газете необходимо его считать и исправить обнаруженные ошибки).</p> <p>Консультации с руководителем организации и аппаратом по вопросам отношений с прессой и потенциальной реакции СМИ на предложенные решения.</p> <p>Контроль за подготовкой выступлений, или, по меньшей мере, пересмотр готовых речей и сообщений.</p> <p>Отслеживание (мониторинг) всех материалов (статей и видеоматериалов, по радиопрограммам - название радиостанции, название программы, дата, время выхода и краткое содержание) вышедших в СМИ. Создание архива.</p> <p>Анализ эффективности проведенного мероприятия и выработка рекомендаций на будущее.</p> <p>Формирование базы данных СМИ и отслеживание изменений на рынке СМИ своего региона.</p> <p>Организация транспортного обеспечения и размещения в гостинице приезжих журналистов.</p>							
---	--	--	--	--	--	--	--

6.	<p align="center"><b>Практическое занятие № 5.</b></p> <p>Подготовка и проведение специальных мероприятий для прессы.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Современные мультимедийные средства, применяемые на мероприятиях для журналистов.</li> <li>2. Организация и проведение пресс-тура.</li> <li>3. Особенности проведения презентаций, клубных вечеров, торжественных актов.</li> </ol>	2				1; 3; 4; 7; 21; 23; 24	3
7.	<p align="center"><b>Практическое занятие № 6.</b></p> <p>Подготовка и проведение специальных мероприятий для прессы.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Современные мультимедийные средства, применяемые на мероприятиях для журналистов.</li> <li>2. Организация и проведение пресс-тура.</li> <li>3. Особенности проведения презентаций, клубных вечеров, торжественных актов.</li> </ol> <p align="center"><b>Перечень тем для контрольных работ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Характеристика аудитории применительно к различным видам медиа.</li> <li>2. Возможности и ограничения использования медиа в интересах социального конструирования реальности.</li> <li>3. Конвергенция журналистики, рекламы, связей с общественностью.</li> <li>4. Новые принципы создания, трансляции и потребления медиа-контента.</li> <li>5. Основные модели медиа-коммуникаций.</li> <li>6. Рекламные медиа-носители: модификация возможностей.</li> <li>7. Специфика проведения медиа-исследований.</li> </ol>	2			6 / 8	1; 3; 4; 7; 21; 23; 24	3

	<p>8. Использование медиа-технологий в интересах современных информационных войн.</p> <p>9. Особенности организация медиарелейшнз.</p> <p>10. Характеристики деятельности по созданию медиа-сообщений.</p> <p>11. Понятие медиафантома: деятельность по производству и распространению симулякров.</p> <p>12. Глобализация, глокализация и демассовизация, дигитализация, конвергенция и мультимедизация СМИ.</p> <p>13. Типология медиа-угроз современного общества.</p> <p>14. Функции пресс-службы.</p> <p>15. Взаимодействие пресс-службы и СМИ</p>							
8.	<p align="center"><b>КСР № 2</b></p> <p>Задание: исходя из должностных обязанностей пресс-секретаря разработать набор его профессиональных качеств (профессиограмму). Работа выполняется в трех группах и результат представляется в виде следующей таблицы (бланки раздаются студентам, в бланке по 10 строк)</p> <p><b>Знания // Умения // Морально-волевые качества</b></p> <p>В результате обсуждения трех докладов в учебной группе создается согласованная модель.</p> <p>·</p> <p>Разработать план информационной кампании для</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•пресс-службы органа местного самоуправления в связи с проведение Дня города</li> <li>•пресс-службы некоммерческой организации для проведения мобилизации общественности на борьбу с детской беспризорностью в областном центре с населением около 1 млн. чел.</li> </ul>			2		1; 3; 4; 7; 21; 23; 24		3

	<p>•пресс-службы департамента здравоохранения в связи с реализацией новой программы оказания медицинской помощи ветеранам труда (вариант 3).</p> <p>Каждая группа проводит защиту своего проекта.</p>							
9.	<p><b>Практическое занятие № 7.</b> Деятельность пресс-службы в условиях кризиса.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Работа пресс-секретаря как члена группы по управлению кризисной ситуацией.</li> <li>2. Оценка коммуникационных аспектов кризиса и принятие решений.</li> <li>3. Роль спин-доктора в минимизации последствий кризиса.</li> </ol> <p><b>Перечень дискуссионных тем для дискуссий и группового обсуждения:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формирование круга «доверенных» журналистов, которые будут постоянно сотрудничать с вашей организацией.</li> </ol>	2			8/ 8	1; 2; 3; 4; 5; 7; 19; 22; 23	10	

	<p>2. Подготовка информационных материалов и имиджевых статей, пресс-релизов, справок и других материалов, касающихся деятельности организации.</p> <p>3. Организация интервью руководителя организации или руководителей программ для СМИ (перед публикацией интервью в газете необходимо его считать и исправить обнаруженные ошибки).</p> <p>4. Консультации с руководителем организации и аппаратом по вопросам отношений с прессой и потенциальной реакции СМИ на предложенные решения.</p> <p>5. Контроль за подготовкой выступлений, или, по меньшей мере, пересмотр готовых речей и сообщений.</p> <p>6. Отслеживание (мониторинг) всех материалов (статей и видеоматериалов, по радиопрограммам - название радиостанции, название программы, дата, время выхода и краткое содержание) вышедших в СМИ. Создание архива.</p> <p>7. Анализ эффективности проведенного мероприятия и выработка рекомендаций на будущее.</p> <p>8. Формирование базы данных СМИ и отслеживание изменений на рынке СМИ своего региона.</p> <p>9. Организация транспортного обеспечения и размещения в гостинице приезжих журналистов.</p>							
10	<p><b>Практическое занятие № 8.</b>  Деятельность пресс-службы в условиях кризиса.</p> <p>1. Работа пресс-секретаря как члена группы по управлению кризисной ситуацией.</p>		2				1; 2; 3; 4; 5; 7;	3

	<p>2. Оценка коммуникационных аспектов кризиса и принятие решений.</p> <p>3. Роль спин-доктора в минимизации последствий кризиса.</p>						19; 22; 23	
11	<p><b>Практическое занятие № 9.</b> Аналитическая работа в пресс-службе.</p> <p>1 Функциональные обязанности сотрудников аналитического отдела.</p> <p>2 Разработка программы анализа периодических изданий.</p> <p>3 Разработка программы анализа телепрограмм.</p>		2				6; 8; 13; 15; 18; 20; 21	3
12	<p><b>Практическое занятие № 10.</b> Аналитическая работа в пресс-службе.</p> <p>1 Функциональные обязанности сотрудников аналитического отдела.</p> <p>2 Разработка программы анализа периодических изданий.</p> <p>Разработка программы анализа телепрограмм.</p>		2				6; 8; 13; 15; 18; 20; 21	3
13	<p><b>КСР № 3</b></p> <p>Разработать медиаплан для двух газет, телеканала, двух радиостанций и корпоративного сайта для региона с населением около 3 млн. человек.</p> <p>Комплект прайс-листов и эфирных сеток прилагается). Цели кампаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• продвижение Дома моды (информационный повод – 10 лет со дня основания);</li> <li>• лоббирование областного закона об образовании для детей с ограниченными возможностями;</li> <li>• защита интересов муниципального предприятия "Пассажирэлектротранс" в связи с изменением порядка оплаты проезда</li> </ul>				2		1; 2; 3; 4; 5; 7; 19; 22; 23	3

	<p>пенсионерами в городе с населением около 1 млн. чел.</p> <p>Каждая группа проводит защиту своего проекта.</p>							
14	<p align="center"><b>КСР № 4</b></p> <p>Формируются три группы, в каждой из которых студенты распределяют между собой следующие роли в городском штабе по выборам в Государственную Думу политической партии "За нашу Россию": пресс-секретаря, медиа-планера, медиа-байера, копирайтера. Каждая группа на предшествующем занятии получает один и тот же вариант домашнего задания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•написать биографию кандидата - регионального лидера партии;</li> <li>•подготовить заявление по поводу принятия Государственной Думой в первом чтении поправок в законодательство разрешающих призывать юношей на срочную военную службу сразу после получения диплома бакалавра;</li> <li>•разработать пресс-релиз в связи с предстоящим проведением Дня партии; подготовить участие кандидата в ток-шоу на региональном телевидении.</li> </ul> <p>Информационный повод ток-шоу – опубликование официального</p>			2		6; 8; 13; 15; 18; 20; 21	3	

	<p>отчета о деятельности органов внутренних дел, в котором констатируется существенное ухудшение криминогенной ситуации в регионе;</p> <p>•спланировать размещение и распространение подготовленных материалов.</p> <p>Каждая группа проводит защиту своих информационных материалов и способов их применения.</p>							
15	<p><b>КСР № 5</b></p> <p>Ролевая игра "Пресс-конференция". Составление рабочего плана подготовки пресс-конференции. Проведение пресс-конференции. Студенты распределяются по пяти подгруппам: ньюсмейкеры, пресс-секретарь и его сотрудники;</p> <p>представители лояльных СМИ, представители нелояльных СМИ; экспертная подгруппа.</p> <p>Каждой группе выдается разработка, в которой указываются:</p> <p>характеристика организации, проводящей пресс-конференцию;</p> <p>информационный повод и цели проведения мероприятия;</p> <p>деловая и психологическая характеристика ньюсмейкера;</p> <p>интересы сил, которых представляет нелояльная пресса и их цели;</p> <p>место, время и продолжительность пресс-конференции.</p> <p>Некоторые из возможных тем пресс-конференций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- спор хозяйствующих субъектов;</li> <li>- поражение футбольного клуба в ответственном матче;</li> <li>- коррупционный скандал в органе государственной власти;</li> <li>- открытие нового факультета в университете.</li> </ul>			2		6; 8; 13; 15; 18; 20; 21	4 / 6	3

Темы на конкретное занятие подбираются с учетом текущей социально-политической ситуации, что дает информационные преимущества студентам, которые находятся в курсе событий. Об этом студенты предупреждаются на занятии, предшествующем данному.

Игра предусматривает соблюдение всех правил, необходимых для организации и проведения пресс-конференции. Ведется видеозапись и протокол экспертной группы. В заключение игры организуется обсуждение, целью которого является оценка достижения поставленных целей в рамках правил.

**Перечень тем для презентаций//  
Рекламных роликов // PR роликов:**

1. Аккредитация журналистов.
2. Сотрудничество с организациями, осуществляющими защиту прав и интересов журналистов и СМИ в своем регионе.
3. Сотрудничество с пресс-службами, департаментами по связям с общественностью органов власти в регионе.
4. Сотрудничество с пресс-службами общественных организаций и проведение совместных акций.
5. Написание статей в газетах и журналы (по мере необходимости).
6. Выпуск собственного печатного издания. (Как правило, выходят небольшим тиражом, и распространяется среди членов организации).
7. Участие в создании фирменного стиля, собственной рекламной продукции (бланки, визитки, плакаты, сувенирные календари, буклеты, брошюры и т.д., и т.п.).

16	<p style="text-align: center;"><b>КСР № 6</b></p> <p>Деловая игра: Пресс-служба акционерного общества в условиях кризиса</p> <p>Студенты распределяются по шести подгруппам: руководство акционерного общества; представители миноритарных акционеров, пресс-секретарь и его сотрудники; представители лояльных СМИ, представители нелояльных СМИ; экспертная подгруппа.</p> <p>Каждой группе выдается разработка, в которой указываются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>характеристика акционерного общества;</li> <li>характеристика кризиса (обвал рынка, техногенная катастрофа, теракт и т.п.);</li> <li>интересы сил, которых представляет нелояльная пресса и их цели.</li> </ul> <p>В процессе игры моделируется динамика развития кризиса (работа по вводным – например, инфаркт у гендиректора, утечка конфиденциальной информации, начало работы прокуратуры, других контрольных органов и т.п.).</p> <p>Каждая группа разрабатывает своё поведение в технологически оформленных действиях:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Распределение обязанностей и организация работы сотрудников пресс-службы;</li> <li>Взаимодействие с группами влияния и внутренней аудиторией;</li> <li>Составление плана управления кризисной ситуацией;</li> <li>Реагирование на вводные путем заявлений для прессы, запросов информации со стороны журналистов, проведение массовых акций и т.п. действий.</li> </ul>				2	6	6; 8; 13; 15; 18; 20; 21; 22; 23	3
----	---	--	--	--	---	---	--	---

Ведется видеозапись и протокол экспертной группы. В заключение игры организуется обсуждение, целью которого является оценка достижения поставленных целей в рамках правил.

**Перечень тем практических материалов, необходимых для формирования у студентов умений и навыков написания PR-текстов**

1. Прокомментируйте широкое понимание текста, приведите примеры такого понимания.
2. В каком смысле — узком или широком — использовано понятие «текст» в определении PR-текста, предложенного А. Д. Кривоносовым? Обоснуйте ответ.
3. Прокомментируйте все компоненты определения PR-текста А. Д. Кривоносова.
4. Какие обозначения используются вместо термина «PR-текст» современными исследователями?
5. С какими процессами связана эволюция современного PR-текста?
6. Как вы понимаете значение термина «жанр»? Какие исследователи занимались проблемами жанра?
7. Дайте определение понятия «жанр PR-текста». Каковы его основные признаки?
8. Прокомментируйте типологию текстов PR А. Н. Чумикова.
9. Прокомментируйте типологию текстов PR С. В. Пономарева.
10. Прокомментируйте типологию текстов PR А. Д. Кривоносова.
11. Прокомментируйте типологию текстов PR К. А. Ивановой.
12. Прокомментируйте типологию текстов PR А. Е. Богоявленского.
13. Прокомментируйте типологию текстов PR С. С. Шляховой.

17	<p style="text-align: center;"><b>КСР № 7</b></p> <p>Составление тематической кодировочной таблицы для проведения мониторинга периодических изданий. Студенты распределяются по трем подгруппам, каждая из которых выполняет свой вариант задания: на основе целевой установки разработать технологию мониторинга комплекта периодических изданий и опробовать её практически.</p> <p>Варианты целевых установок:  отражение деятельности органа власти или коммерческой структуры в прессе;  выделение спектра мнений по актуальной общественной проблеме;  обнаружение информационно-пропагандистской кампании в прессе;  анализ редакционной политики издания и его аудитории и т.п.</p> <p>Для анализа используется месседж-таблица.</p> <p><b>Перечень тем для презентаций//  Рекламных роликов // PR роликов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные регламентирующие документы современной пресс-службы (на примере конкретной пресс-службы)</li> <li>2. Формирование внутренней информационной среды организации, фирмы (на конкретном примере)</li> <li>3. Деятельность пресс-служб в современной беллетристике (Произведения П. Воцанова, В. Костикова, Е. Трегубовой, В. Пелевина и др.)</li> <li>4. Правовое поле деятельности пресс-службы коммерческой организации (анализ документов)</li> <li>5. Правовое поле деятельности пресс-службы органа государственной власти (анализ документов).</li> </ol>				2	6	1; 2; 6; 8; 13; 15; 18; 20; 21	3
----	--	--	--	--	---	---	--	---

	6. Конфликты между пресс-службами и СМИ: варианты их разрешения.							
18	<p align="center"><b>КСР № 8</b></p> <p><b>Деловая игра:</b> Анализ телепрограмм.</p> <p>Используется видеозапись нескольких информационно-публицистических программ, которые просматриваются и анализируются студентами во время, отведенное на самостоятельную работу. Другой вариант – просмотр регулярной программы (Сванидзе, Сорокина, Соловьев и др.) в реальном эфире. На занятии каждая из четырех групп выступает с экспресс-анализом программы. Желательно с применением фрагментов видеозаписи. Оценивается наблюдательность и точность интерпретации видеоряда, работы телеведущих, шумового и музыкального оформления.</p>				2		6; 8; 13; 15; 18; 20; 21; 22; 23; 24	10
19	<p align="center"><b>ИТОГО:</b></p> <p align="center">прак-20 / 8 КСР-16 СРС- 36 / 60 ВСЕГО-72</p>		20 / 8	-	16	36 / 60		

Таблица 4.

**для студентов 4 курсов**

<b>Неделя</b>	<b>Активное участие на лекционных занятиях, написание конспекта и выполнение других видов работ*</b>	<b>Активное участие на практических (семинарских) занятиях, КСР</b>	<b>СРС Написание реферата, доклада, эссе Выполнение других</b>	<b>Административный балл за примерно поведение</b>	<b>Балл за рубежный и итоговый контроль</b>	<b>Всего</b>

			<b>ВИДОВ работ</b>			
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
1	-	-	-	-	-	-
2	1	1	1	-	-	3
3	1	1	1	-	-	3
4	1	1	1	-	-	3
5	1	1	1	-	-	3
6	1	1	1	-	-	3
7	1	1	1	-	-	3
8	1	1	1	-	-	3
9 (первый рубежн ый контрол ь)					<b>10</b>	<b>10</b>
<b>Первый рейтинг</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>-</b>	<b>10</b>	<b>31</b>
10	1	1	1	-	-	3
11	1	1	1	-	-	3
12	1	1	1	-	-	3
13	1	1	1	-	-	3
14	1	1	1	-	-	3
15	1	1	1	-	-	3

16	1	1	1	-	-	3
17	1	1	1	-	-	3
18 (второй рубежн ый контрол ь)					<b>10</b>	<b>10</b>
<b>Второй рейтинг</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>39</b>
<b>ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ (зачет, зачет с оценкой, экзамен)</b>					<b>30</b>	<b>30</b>
<b>ИТОГО :</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>20+30</b>	<b>100</b>

#### **4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Основы организации работы пресс-службы» включает в себя:

1. план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
2. характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
3. требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
4. критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

**4.1. План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине «Основы организации работы пресс-службы» д\о и з\о:**

Таблица 5.

<b>№ п/п</b>	<b>Объем самостоя</b>	<b>Тема самостоятельной работы</b>	<b>Форма и вид самостоятельной работы</b>	<b>Форма контроля</b>
------------------	---------------------------	--	---	---------------------------

	тельной работы в часах			
1	2/4	Ежедневные функции пресслужбы.	Дискуссия/Групповое обсуждение	Контрольная работа, выступление, обсуждение
2	2/4	Освещение мероприятий проводимых организацией в СМИ.	Дискуссия /Групповое обсуждение	Контрольная работа, дискуссия
3	2/4	Информационная и коммерческая эффективность редакционной политики.	Дискуссия /Групповое обсуждение	опрос, обсуждение,
4	2/4	Постоянное информирование СМИ о деятельности организации: организационные изменения, участие в общественно значимых мероприятиях и проектах, сотрудничество организации с органами власти.	Дискуссия /Групповое обсуждение	Презентация. Контрольная работа. Устный опрос. Дискуссия.
5	2/4	Организация совместно со СМИ общественных акций, подготовка программ на ТВ и радио.	Дискуссия /Групповое обсуждение	Контрольная работа, обсуждение
6	2/4	Сотрудничество с изданиями (можно договориться о том, чтобы организации предоставляли	Дискуссия /Групповое обсуждение	опрос, обсуждение

		отдельную полосу в газете).		
7	2/4	Организация брифингов, пресс-конференций.	Дискуссия / Групповое обсуждение	проверка, обсуждение
8	2/4	Формирование состава пресс-центра и организация его работы во время мероприятий.	Дискуссия / Групповое обсуждение	проверка, обсуждение
9	2/4	Методы управления редакцией.	Дискуссия / Групповое обсуждение	Контрольная работа. Дискуссия.
10	2/4	Формирование круга «доверенных» журналистов, которые будут постоянно сотрудничать с вашей организацией.	Дискуссия / Групповое обсуждение	проверка работы, обсуждение
11	2/4	Аккредитация журналистов. Сотрудничество с организациями, осуществляющими защиту прав и интересов журналистов и СМИ в своем регионе.	Презентация // Рекламный ролик // PR ролик.	анализ, обсуждение, оценка работы
12	2/4	Сотрудничество с пресс-службами, департаментами по связям с общественностью органов власти в регионе.	Презентация // Рекламный ролик // PR ролик.	анализ, обсуждение, презентация

		Сотрудничество с пресс-службами общественных организаций и проведение совместных акций.		
13	4/4	Участие в создании фирменного стиля, собственной рекламной продукции (бланки, визитки, плакаты, сувенирные календари, буклеты, брошюры и т.д., и т.п.).  Основные регламентирующие документы современной пресс-службы (на примере конкретной пресс-службы).	Презентация // Рекламный ролик // PR ролик.	презентация, обсуждение
14	4/4	Формирование внутренней информационной среды организации, фирмы (на конкретном примере) Деятельность пресс-служб в современной беллетристике (Произведения П. Воцанова, В. Костикова, Е. Трегубовой, В. Пелевина и др.).	Презентация // Рекламный ролик // PR ролик Дискуссия	Презентация. Контрольная работа. Дискуссия. опрос

15	4	Правовое поле деятельности пресс-службы коммерческой организации (анализ документов) Правовое поле деятельности пресс-службы органа государственной власти (анализ документов). Конфликты между пресс-службами и СМИ: варианты их разрешения.	Презентация // Рекламный ролик // PR ролик.	Презентация. Контрольная работа. Дискуссия. опрос
<b>Всего на д\о 36 часов // 60 часов на з/о;</b>				<b>Зачет</b>

#### **4.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Самостоятельная работа студента по освоению данной дисциплины предполагает обсуждение конкретных производственных ситуаций, выполнение творческих заданий, связанных с организацией деятельности редакционного коллектива, знакомство с документооборотом редакции. Именно поэтому студентам, помимо изучения учебных пособий, настоятельно рекомендуется постоянно читать профессиональное периодическое издание - журнал «Журналист», в котором достаточное место уделено вопросам деятельности редакций СМИ различных типов. Практический опыт и теоретические рассуждения, имеющиеся в публикациях, формируют профессиональный кругозор студентов и представление о профессиональной ответственности.

Оценка «отлично» выставляется в результате экзаменационного опроса при глубоком усвоении теоретического материала курса, овладении практическими умениями и творческим применением полученных знаний в решении практических заданий.

Оценка «хорошо» выставляется в результате экзаменационного опроса при глубоком усвоении теоретического материала курса, овладении практическими навыками и затруднениях в использовании знаний в решении практических заданий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется в результате экзаменационного опроса при посредственном овладении программным

материалом, овладении практическими навыками и затруднениях в решении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в результате экзаменационного опроса при отсутствии программных знаний и практических навыков.

#### **4.3. ТРЕБОВАНИЯ К ПРЕДСТАВЛЕНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ РЕЗУЛЬТАТОВ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

Для выполнения задания, прежде всего, необходимо ознакомиться и изучить основные положения теоретических материалов соответствующей темы из литературных источников. Они указаны в разделе 3 «Содержание и структура дисциплины». Большинство заданий выполняются в виде презентаций, выступлений. Изучение курса «Основы организации работы пресс-службы» предполагает обязательное выполнение практических работ и КСР. Весь курс требует не только активной работы студента в аудитории, но и интенсивной самостоятельной работы. Вспомогательные материалы для такой работы и методические указания направлены на то, чтобы студент сумел самостоятельно разобраться в проблеме; научиться анализировать информационные потоки за счет отслеживания источников информации (пресс-служб) ведомств или компаний. Каждый студент должен выделить время в рамках самостоятельной работы для исследования коммуникационных потоков

В курсе предлагается терминологический минимум, без знания которого освоить курс невозможно: пресс-службы, ньюсмейкер, носитель информации, мессендж.

#### **4.4. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ:**

1. Контроль освоения дисциплины осуществляется в рамках балльно-рейтинговых систем (БРС), включающих текущий, рубежный и итоговый контроля.

2. Принят следующий порядок оценивания знаний студентов

2.1. Максимально возможное количество баллов, который студент может получить за семестр по результатам текущего, рубежного и финального контроля устанавливается -**100** рейтинговых баллов. Из них на текущий контроль выделяется **60** баллов, на 2 рубежных контроля – **10+10** баллов. На итоговый контроль знаний студентов - **30** баллов.

2.2. Итоговый балл студенту по дисциплине рассчитывается как сумма баллов, полученных за текущий, рубежный и финальный контроля.

2.3. До проведения итогового контроля преподаватель проводит анализ успеваемости студентов и определяет их текущий рейтинг по усвоению дисциплины. Подписанный преподавателем рейтинг-лист студента подается тьютору не позже 1 дня до экзамена (итогового контроля);

2.4. Если студент по дисциплине в течение текущих аттестаций набирает менее установленных по курсу баллов (**50**), он обязан пройти данный курс повторно на платной основе.

2.5. Внутри семестровые аттестации студентов проводятся при 17–18-ти недельной продолжительности теоретических занятий в семестре на восьмой и шестнадцатой неделях.

2.6. Все студенты независимо от набранных баллов принимают участие в итоговом контроле.

2.7. Преподаватель еженедельно подводит итоги текущего контроля и посещения занятий студентами и передает информацию на бумажном и электронном носителях тьютору.

## **5. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1. Основная литература:**

1. Четвертков, Н.В. Современная пресс-служба: Учеб. пособие для студентов вузов / Н. В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2015. - 189 с.
2. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - М.: Аспект пресс, 2019. - 256 с.: ил. - Библиогр.: с. 226-227. - ISBN 978-5-7567-0732-8
3. Колесниченко, Александр Васильевич. Основы журналистской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Колесниченко А. В. - 2-е изд., пер. и доп. - Электрон. дан. - Москва : Юрайт, 2021. - 341 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-05559-7: Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/473590>
4. Потапов, Юрий Алексеевич. Современная пресс-служба [Электронный ресурс] : учебник для вузов / Потапов Ю. А., Тепляков О. В. - 2-е изд., испр. и доп. - Электрон. дан. - Москва : Юрайт, 2021. - 294 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-12233-6 :Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/474720>

### **5.2. Дополнительная литература:**

5. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба [Электронный ресурс]: учебник / В.В. Ворошилов. — Москва : КноРус, 2016. — 222 с. - Режим доступа: [/www.book.ru/book/](http://www.book.ru/book/)
6. Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз [Электронный ресурс]: Учебное пособие /Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп.- Москва: Издательство "ФОРУМ", 2015 - 312 с. - Режим доступа: [http:// Znanium. com.](http://Znanium.com)

7. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров - М.: Инфра-М, 2013, 2014 - 329 с.- < ЭБС Znanium >

### **5.3. Нормативно-правовые материалы (по мере необходимости):**

8. Закон РТ «О печати и других СМИ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mediaschool.tj>
9. Закон РТ «Об информации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cipi.tj>
10. Закон РТ «Об информатизации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cipi.tj>
11. Закон РТ «О телевидении и радиовещании» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [nansmit.tj](http://nansmit.tj)
12. Этические нормы журналистской деятельности в Таджикистане [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.odob.tj](http://www.odob.tj)
13. Закон РТ «О праве на доступ к информации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cipi.tj>
14. Закон РФ «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
15. Кодекс профессиональной этики российского журналиста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ruj.ru>

### **5.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет:**

#### **А) Сайты телеканалов:**

16. <http://safina.tj>
17. <http://tvt.tj>
18. <http://www.jahonnamo.tj/ru>
19. <http://www.1tv.ru>
20. <http://www.vesti.ru>
21. <http://www.ntv.ru>
22. <http://www.bbc.com>
23. <http://edition.cnn.com>
24. <http://ru.euronews.com>

#### **Б) Электронные библиотеки по журналистике:**

25. <http://www.bibliorossica.com>
26. <http://www.eartist.narod.ru/journ>
27. <http://www.journ-lessons.com/litra.html>
28. <http://journ.chuvsu.ru/>

## **5.5. Перечень информационных технологий и программного обеспечения:**

- Microsoft PowerPoint;
- Adobe Audition;
- Adobe Premiere Pro CC

## **6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Во время последней производственной или преддипломной практики рекомендуется ознакомиться со штатным расписанием редакции, работой всех ее отделов, включая отдел писем и корректорский отдел. Для освоения данной дисциплины планируется ряд занятий-экскурсий в редакции СМИ. Следует помнить, что такая форма обучения требует активности студентов: чем больше вопросов они будут задавать сотрудникам редакции, тем эффективнее будет изучение дисциплины. Активность студентов важна и в аудитории, где от них требуется умение работать в группе в имитационном режиме, налаживать взаимоотношения для получения качественного результата. Для этого необходимо вспомнить сведения из курсов «Психология журналистики», «Психология».

Следует обратить особое внимание на знание законодательной базы, для чего необходимо обращаться к законам, связанным с деятельностью СМИ и смежных коммуникационных структур, а также к знаниями из курсов «Правовые основы журналистики», «Профессиональная этика журналиста».

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Мультимедийный комплекс, таблицы, схемы, учебники, доска, редакционные видеоматериалы. Аудитория № 512, оснащенная проектором, компьютером, подключенным к Интернету (5 этаж нового корпуса), для набора и редактирования текстов используются специализированные программы – Microsoft Word, верстка печатных изданий InDesign или PageMaker, Photoshop - для обработки фотографий, Sony Vegas - нелинейный монтаж, а также для реализации дисциплины на базе кафедры телевидения и радиовещания функционируют учебная радиолaborатория и учебная телестудия.

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

Итоговый контроль: зачет проводится в традиционной форме.

Текущий контроль студентов осуществляется путем выполнения самостоятельного задания, обсуждения письменных работ (ФОС к программе прилагается).

**Итоговая система оценок по кредитно-рейтинговой системе с использованием буквенных символов**

<b>Оценка по буквенной системе</b>	<b>Диапазон соответствующих наборных баллов</b>	<b>Численное выражение оценочного балла</b>	<b>Оценка по традиционной системе</b>
<b>A</b>	10	95-100	Отлично
<b>A-</b>	9	90-94	
<b>B+</b>	8	85-89	Хорошо
<b>B</b>	7	80-84	
<b>B-</b>	6	75-79	
<b>C+</b>	5	70-74	Удовлетворительно
<b>C</b>	4	65-69	
<b>C-</b>	3	60-64	
<b>D+</b>	2	55-59	
<b>D</b>	1	50-54	
<b>Fx</b>	0	45-49	Неудовлетворительно
<b>F</b>	0	0-44	

*Содержание текущего контроля, промежуточной аттестации, итогового контроля раскрываются в фонде оценочных средств, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.*

*ФОС по дисциплине является логическим продолжением рабочей программы учебной дисциплины. ФОС по дисциплине «Основы организации работы редакции» прилагается.*