

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.02**

Организация работы пресс-службы

Учебный план: 2025-2026 42.03.01 ВШПМ PR в медиаинд ЗАО №1-3-25.plx

Кафедра: **38** Рекламы

Направление подготовки:  
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: PR в медиаиндустрии  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
3	УП	4	8	87	9	3	Зачет
	РПД	4	8	87	9	3	
Итого	УП	4	8	87	9	3	
	РПД	4	8	87	9	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат филологических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Ларина Анна Валерьевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы

\_\_\_\_\_

Смирнов Алексей  
Викторович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Смирнов Алексей  
Викторович

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** сформировать профессиональные компетенции и навыки работы в пресс-службе, позволяющих будущему специалисту участвовать в реализации информационной деятельности органов государственной власти и управления, коммерческих структур, общественных организаций, политических партий.

**1.2 Задачи дисциплины:**

- изучить специфику функционирования пресс-служб разных видов;
- освоить методы подготовки и проведения мероприятий для СМИ;
- сформировать навыки работы пресс-секретаря в условиях современного медиапространства.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п.

2, при изучении дисциплин:

- Теория и практика массмедиа
- Основы теории PR-текста
- Основы менеджмента
- Теория и практика связей с общественностью

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-1: Способен участвовать в организации мероприятий в рамках осуществления PR в медиаиндустрии</b>
<b>Знать:</b> принципы построения и организации пресс-служб различных предприятий и организаций;
<b>Уметь:</b> реализовывать коммуникационную политику предприятия или организации с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности;
<b>Владеть:</b> навыками подготовки и организации коммуникационных мероприятий в рамках деятельности пресс-службы.

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Основы функционирования современной пресс-службы					
Тема 1. Пресс-служба как структурная единица компании.  Организация пресс-службы с нуля. Функции пресс-служб. Виды пресс-служб. Штат пресс-службы. Подразделения пресс-служб.  Практическое занятие:  Должностные обязанности специалистов пресс-служб. Анализ положений о пресс-службе в государственном учреждении и коммерческой компании.	3		2	14	АС

<p>Тема 2. Особенности работы пресс-службы в различных сферах.</p> <p>Пресс-служба в государственной сфере. Пресс-служба политических партий и движений. Пресс-служба в коммерческих структурах. Пресс-служба в финансовой организации. Пресс-служба в некоммерческой сфере. Пресс-служба спортивных организаций. Пресс-служба в вузах и СМИ.</p> <p>Практическое занятие:</p> <p>Анализ деятельности пресс-службы государственного учреждения Санкт-Петербурга Сравнительный анализ должностных обязанностей пресс-секретарей в организациях одной сферы.</p>		1	1	15	АС
<p>Тема 3. . Нормативная база в работе пресс-службы.</p> <p>Правовое и этическое регулирование деятельности пресс-службы: Конституция Российской Федерации, Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации», Федеральный Закон «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации», «Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью».</p> <p>Практическое занятие:</p> <p>Анализ сходств и различий между правовым и этическим регулированием работы пресс-службы в России, США и странах Европы.</p>		1	1	11	
<p>Раздел 2. Взаимодействие пресс-службы и СМИ</p>					
<p>Тема 4. Современная система российских СМИ.</p> <p>Определение понятия "средства массовой информации". Типология СМИ по социальной стратификации. Классификация СМИ. Пресса. Телевидение. Радио. СМИ в Интернете. Жанры и форматы СМИ. Работа журналистов в зависимости от типа СМИ.</p> <p>Практическое занятие:</p> <p>Анализ публикаций в СМИ, источником которых является пресс-служба организации.</p>		0,5	1	10	

<p>Тема 5. Роль пресс-службы в менеджменте новостей.</p> <p>Понятие медиарелейшнз.  Определение понятий новость и информационный повод.  Виды информационных поводов.  Критерии выбора событий для освещения в СМИ. Менеджмент новостей.  Мероприятия для СМИ, цели, виды, документы.  Пресс-релиз, пресс-кит.</p> <p>Практическое занятие:  Анализ громких инфоповодов за прошедший месяц.</p>		1	1	15	ИЛ
<p>Тема 6. Контактная работа пресс-службы.</p> <p>Событийный менеджмент.  Виды мероприятий для прессы по коммуникационным задачам.  Принципы организации пресс-событий.</p> <p>Практическое занятие:  Разработка сценария мероприятия для прессы.</p>			1	14	
<p>Тема 7. Ключевые этапы работы пресс-службы.</p> <p>Планирование работы пресс-службы.  Анализ информационного поля компании.  Основные принципы медиапланирования и составления медиакарты, медиаплана.  Мониторинг СМИ. Сервисы мониторинга СМИ и изучения общественного мнения.  Оценка работы пресс-лужбы. Показатели эффективности работы пресс-службы.</p> <p>Практическое занятие:  Составление медиаплана для пресс-службы.</p>		0,5	1	8	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	8	87	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		2,5			
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		14,5		87	

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

#### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-1	<p>Перечисляет и характеризует этапы развития PR, принципы построения и организации пресс-служб различных предприятий и организаций, применяет методы аналитической, проектной и организационной деятельности пресс-службы, формирует должностные обязанности сотрудников пресс-службы;</p> <p>Реализует на практике коммуникационную политику предприятия, формируемую пресс-службой в рамках взаимодействия со СМИ и другими адресантами, с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности;</p> <p>Проводит подготовку и организацию коммуникационных мероприятий в рамках деятельности пресс- службы.</p>	<p>Вопросы устного собеседования</p> <p>Практико-ориентированные задания</p>

#### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	<p>Обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой,</p>	
	<p>показывает владение основной и дополнительной литературой, рекомендованной кафедрой.</p> <p>Обучающийся демонстрирует полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания, владеет пониманием основной литературы, рекомендованной кафедрой, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.</p> <p>Обучающийся показывает знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе и при выполнении контрольных заданий, не носящие принципиального характера, когда установлено, что студент обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей</p>	
Не зачтено	<p>Обучающийся демонстрирует пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Ответ носит несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p>	

## 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 3	
1	Цель и задачи пресс-службы.
2	Принципы работы пресс-службы государственной структуры.
3	Принципы работы пресс-службы коммерческой организации.
4	Принципы работы пресс-службы НКО.
5	Структура пресс-службы.
6	Функции и задачи руководителя пресс-службы.
7	Функции и навыки пресс-секретаря.
8	Этика пресс-службы.
9	Правовые аспекты деятельности пресс-службы в России.
10	Формирование базы СМИ.
11	Мероприятия для СМИ.
12	Виды инфоповодов для СМИ.
13	Этапы подготовки и организации пресс-конференции
14	Документы пресс-службы.
15	Документы пресс-службы для СМИ.
16	Правила работы ньюсмейкера.
17	Пресс-релиз как основной документ пресс-службы.
18	Аналитические задачи пресс-службы.
19	Виды и жанры медиатекстов и методов их изучения.
20	Организация и подготовка интервью (комментарий) для публикации в СМИ.
21	Характеристика информационных ресурсов организации.
22	Коммуникационные стратегии в работе пресс-службы.
23	Социально-культурная среда деятельности компании.
24	Антикризисная функция пресс-службы.
25	Календарный план мероприятий пресс-службы.
26	Принципы составления бюджета пресс-службы.
27	Методы оценки эффективности деятельности пресс-службы.
28	Мониторинг СМИ. Сервисы мониторинга СМИ и изучения общественного мнения.
29	Анализ информационного поля компании
30	Нормативная база в работе пресс-службы.

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Типовые практико-ориентированные задания находятся в Приложении

## 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

+

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет в устной форме.

Время на подготовку к ответу - 30 минут.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Марочкина, С. С., Шуванов, И. Б., Щетинина, Е. В.	Медиарилейшнз и медиапланирование	Сочи: Сочинский государственный университет	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/106572.html">http://www.iprbookshop.ru/106572.html</a>
Чилингир, Е. Ю.	Медиаанализ и медиапланирование	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/95334.html">http://www.iprbookshop.ru/95334.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Жилавская, И. В., Онучина, К. К.	Виды медиа: типология и история	Москва: Московский педагогический государственный университет	2020	<a href="https://www.iprbookshop.ru/105892.html">https://www.iprbookshop.ru/105892.html</a>
Герасимов, В., Ромов, Р., Слепцов, И., Бондаренко, С., Новиков, А., Петров, Б., Погорелого, Ю., Ахметова, К.	Интерфакс. Технология новостей	Москва: Альпина ПРО	2022	<a href="https://www.iprbookshop.ru/122522.html">https://www.iprbookshop.ru/122522.html</a>
Пустовалов, А. В.	Информационная деятельность в социальных сетях	Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет	2024	<a href="https://www.iprbookshop.ru/139945.html">https://www.iprbookshop.ru/139945.html</a>

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс].

URL: <https://www.restko.ru/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс].

URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска

## Приложение

рабочей программы дисциплины Организация работы пресс-службы

наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
наименование ОП (профиля): PR в медиаиндустрии

## 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

№ п/п	Условия типовых практико-ориентированных заданий (задач, кейсов)			
Семестр 5				
1	Провести обзор на тему (на выбор): 1. Современная практика PR-деятельности компании "Сбер". 2. Современная практика PR-деятельности компании "Яндекс". 3. Современная практика PR-деятельности компании "Роскосмос". 4. Современная практика PR-деятельности компании "МТС". 5. Современная практика PR-деятельности компании "Лада".			
2	Подготовить обзор деятельности пресс-службы 1. Губернатора Санкт-Петербурга 2. Администрации Муниципального Городского образования 3. Суда 4. Авиакомпания 5. Логистической кампании 6. Банка 7. Оператора сотовой связи и интернет-провайдера 8. IT-компания 9. Фарм-компания 10. Клиники пластической хирургии.			
3	Провести интервью с пресс-секретарем любой организации о проблемах PR-отрасли в России (регионе) и специфике профессии.			
4	1. Составить и обосновать карту СМИ для конференции "Цифровое будущее России". 2. Составить и обосновать карту СМИ для конференции "Здоровье нации". 3. Составить и обосновать карту СМИ для выставки "Маленький художник России".			
5	Провести дифференциацию показателей эффективности показателей пресс-службы по компонентам социальной среды.			
	Компоненты социальной среды (адресанты)			
	Население	СМИ	Профессиональное сообщество, деловой мир	Органы власти
	Критерии			
	Информированность			
	Отношение			
	Поведение			