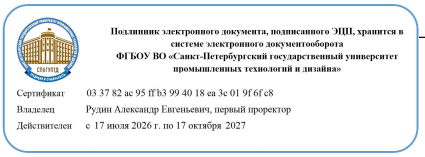
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по УР


Подлинник электронного документа, подписанного ЭЦП, хранится в системе электронного документооборота ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
Сертификат 03 37 82 ac 95 ff b3 99 40 18 ea 3e 01 9f 6f e8
Владелец Рудин Александр Евгеньевич, первый проректор
Действителен с 17 июля 2026 г. по 17 октября 2027

_____А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.02 Организация работы пресс-службы

Учебный план: 2026-2027 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: (специализация) PR в медиаиндустрии

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
3	УП	4	8	92	4	3	Зачет
	РПД	4	8	92	4	3	
Итого	УП	4	8	92	4	3	
	РПД	4	8	92	4	3	

Санкт-Петербург
2026

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

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

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)
		Лек. (часы)	Пр. (часы)	
Раздел 1. Основы функционирования современной пресс-службы	3			
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.			2	14

Тема 2. Особенности работы пресс-службы в различных сферах. 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. Практическое занятие: Анализ деятельности пресс-службы государственного учреждения Санкт-Петербурга Сравнительный анализ должностных обязанностей пресс-секретарей в организациях одной сферы.		1	1	15
Тема 3. . Нормативная база в работе пресс-службы. 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». Практическое занятие: Анализ сходств и различий между правовым и этическим регулированием работы пресс-службы в России, США и странах Европы.		1	1	11
Раздел 2. Взаимодействие пресс-службы и СМИ				
Тема 4. Современная система российских СМИ. 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. Практическое занятие: Анализ публикаций в СМИ, источником которых является пресс-служба организации.		0,5	1	12

Тема 5. Роль пресс-службы в менеджменте новостей. Понятие медиарилейшнз. 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. Практическое занятие: Анализ громких инфоповодов за прошедший месяц.		1	1	18
Тема 6. Контактная работа пресс-службы. Событийный менеджмент. Виды мероприятий для прессы по коммуникационным задачам. Принципы организации пресс-событий. Практическое занятие: Разработка сценария мероприятия для прессы.			1	14
Тема 7. Ключевые этапы работы пресс-службы. 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. Практическое занятие: Составление медиаплана для пресс-службы.		0,5	1	8
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	8	92
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		12,25		92

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-1	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; 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; Проводит подготовку и организацию коммуникационных мероприятий в рамках деятельности пресс- службы.

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой, показывает владение основной и дополнительной литературой, рекомендованной кафедрой. 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.	
	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	
Не зачтено	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 приступать к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ 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.

6.3.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Типовые практико-ориентированные задания находятся в Приложении

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 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»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование		Иная	

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет в устной форме.
Время на подготовку к ответу - 30 минут.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Марочкина, С. С., Шуванов, И. Б., Щетинина, Е. В.	Медиарилейшнз и медиапланирование	Сочи: Сочинский государственный университет	2020	http://www.iprbookshop.ru/106572.html
Чилингир, Е. Ю.	Медиаанализ и медиапланирование	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2025	https://www.iprbookshop.ru/145152.html

7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Жилавская, И. В., Онучина, К. К.	Виды медиа: типология и история	Москва: Московский педагогический государственный университет	2020	https://www.iprbookshop.ru/105892.html
Герасимов, В., Ромов, Р., Слепцов, И., Бондаренко, С., Новиков, А., Петров, Б., Погорелого, Ю., Ахметова, К.	Интерфакс. Технология новостей	Москва: Альпина ПРО	2022	https://www.iprbookshop.ru/122522.html
Пустовалов, А. В.	Информационная деятельность в социальных сетях	Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет	2024	https://www.iprbookshop.ru/139945.html

7.2 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/

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

7.4 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)

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Условия типовых практико-ориентированных заданий (задач, кейсов)</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Провести обзор на тему (на выбор):
1. Современная практика ПР-деятельности компании "Сбер".
2. Современная практика ПР-деятельности компании "Яндекс".
3. Современная практика ПР-деятельности компании "Роскосмос".
4. Современная практика ПР-деятельности компании "МТС".
5. Современная практика ПР-деятельности компании "Лада".</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Подготовить обзор деятельности пресс-службы
1. Губернатора Санкт-Петербурга
2. Администрации Муниципального Городского образования
3. Суда
4. Авиакомпании
5. Логистической кампании
6. Банка
7. Оператора сотовой связи и интернет-провайдера
8. IT-компании
9. Фарм-компании
10. Клиники пластической хирургии.</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Провести интервью с пресс-секретарем любой организации о проблемах ПР-отрасли в России (регионе) и специфике профессии.</td></tr>
<tr><td>4</td><td>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".</td></tr>
<tr><td>5</td><td>Провести дифференциацию показателей эффективности показателей пресс-службы по компонентам социальной среды.
<table>
<tr><td></td><td colspan="4">Компоненты социальной среды (адресанты)</td></tr>
<tr><td></td><td>Население</td><td>СМИ</td><td>Профессиональное сообщество, деловой мир</td><td>Органы власти</td></tr>
<tr><td>Критерии</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Информированность</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Отношение</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Поведение</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
</table>