

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 01.07.2025 11:42:27
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

11 июня 2025г., протокол УМС №5

МОДУЛЬ ДИСЦИПЛИН ПРОФИЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Пресс-служба

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии	
Учебный план	b420301-ССО-25-3.plx 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	очная	
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах: экзамены 6
в том числе:		
аудиторные занятия	64	
самостоятельная работа	44	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	17 2/6			
Неделя	УП	РП	УП	РП
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	44	44	44	44
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

доцент, Зав.к., Родермель Т.А. ;ст. преподаватель, Ганеева Л.Д. ;PhD, Доцент, Назаров П.В

Рабочая программа дисциплины

Пресс-служба

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 11.06.2025 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой Родермель Т.А., к. филос. н., доцент

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	- сформировать у студентов полномасштабное представление о работе современных пресс-служб, их структурой и функциями;
1.2	- обеспечить овладение практическими навыками редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, формами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа;
1.3	- ознакомить со структурой, функциями и с правовыми аспектами деятельности пресс-службы;
1.4	- сформировать навыки участия в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.2	Межкультурная коммуникация
2.1.3	Стилистика и литературное редактирование
2.1.4	Основы теории коммуникации
2.1.5	Русский язык и культура речи
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.4	Корпоративная культура
2.2.5	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (бизнес-планирование)
2.2.6	Производственная практика, преддипломная практика
2.2.7	Медиапланирование

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

ПК-6.1: Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- структуру и функции современной пресс-службы, функции пресс-секретаря и особенности функционирования пресс-службы;
3.1.2	- основные понятия в области связей с общественностью;
3.1.3	- методы взаимодействия с современными СМИ;
3.1.4	- основы работы пресс- служб, пресс-бюро, пресс- центров;
3.1.5	- базовые основы медиапланирования;
3.1.6	- возможные должности в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
3.1.7	- необходимый набор инструментария при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;
3.1.8	- различные методы решения организационных, медийных вопросов в ходе проведения коммуникационные кампании и мероприятия;
3.1.9	- модели производства рекламных и PR-текстов;
3.1.10	- стадии процесса создания текстов;
3.1.11	- методику оценки эффективности текстов;
3.1.12	- этапы подготовки к выпуску рекламной продукции, текстовых и презентационных материалов

3.2	Уметь:
3.2.1	- контактировать со СМИ;
3.2.2	- организовывать мероприятия в рамках сферы деятельности пресс-службы;
3.2.3	- объяснять сущность основных понятий в области современных СМИ и пресс- служб;
3.2.4	- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
3.2.5	- адекватно использовать инструментарий при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;
3.2.6	- ставить цель, разбивать задачи на этапы и находить пути решения вопросов и проблем при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
3.2.7	- формулировать слоганы, тексты на основе творческого задания;
3.2.8	- излагать замысел грамотным языком;
3.2.9	- редактировать тексты различной стилистики;
3.2.10	- анализировать креативные, языково-стилистические характеристики текстов;
3.2.11	- создавать и анализировать рекламные тексты в различных сегментах СМИ

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Информация и СМИ в современном мире					
1.1	Информация и СМИ в современном мире /Лек/	6	2	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.2	Информация и СМИ в современном мире /Пр/	6	2	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.3	Информация и СМИ в современном мире /Ср/	6	2	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1 Л1.2Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
	Раздел 2. Российские пресс-релейшнз: история, становление, развитие					
2.1	Российские пресс-релейшнз: история, становление, развитие /Лек/	6	4	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.2Л3.1 Л3.2 Э3 Э4 Э5 Э6	
2.2	Российские пресс-релейшнз: история, становление, развитие /Пр/	6	4	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.2Л3.1 Л3.2 Э3 Э4 Э5 Э6	
2.3	Российские пресс-релейшнз: история, становление, развитие /Ср/	6	2	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.2Л3.1 Л3.2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 3. Современные пресс-службы					
3.1	Современные пресс-службы /Лек/	6	2	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.2Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7 Э8	
3.2	Современные пресс-службы /Пр/	6	2	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.2Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7 Э8	
3.3	Современные пресс-службы /Ср/	6	6	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.2 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7 Э8	

3.4	Пресс-служба: структура и функции /Лек/	6	4	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.2 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7 Э8
3.5	Пресс-служба: структура и функции /Пр/	6	4	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.2 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7 Э8
3.6	Пресс-служба: структура и функции /Ср/	6	6	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.2 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7 Э8
3.7	Пресс-секретарь как организатор эффективных медиа-релейшнз /Лек/	6	4	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.2 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7 Э8
3.8	Пресс-секретарь как организатор эффективных медиа-релейшнз /Пр/	6	4	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.2 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7 Э8
3.9	Пресс-секретарь как организатор эффективных медиа-релейшнз /Ср/	6	6	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.2 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7 Э8
Раздел 4. Формы работы пресс-службы со СМИ и внешней общественностью					
4.1	Формы работы пресс-службы со СМИ и внешней общественностью /Лек/	6	4	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.5Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7 Э8
4.2	Формы работы пресс-службы со СМИ и внешней общественностью /Пр/	6	4	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7 Э8
4.3	Формы работы пресс-службы со СМИ и внешней общественностью /Ср/	6	6	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7
Раздел 5. Принципы организации пресс-конференции					
5.1	Принципы организации пресс-конференции /Лек/	6	4	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7
5.2	Принципы организации пресс-конференции /Пр/	6	4	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7 Э8
5.3	Принципы организации пресс-конференции /Ср/	6	6	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э7 Э8
Раздел 6. Инструментальный аспект работы пресс-службы					
6.1	Основные виды PR-текстов, используемые в работе пресс-службы /Лек/	6	4	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2
6.2	Основные виды PR-текстов, используемые в работе пресс-службы /Пр/	6	6	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2
6.3	Основные виды PR-текстов, используемые в работе пресс-службы /Ср/	6	8	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2
Раздел 7. Правовые и этические аспекты деятельности пресс-служб					

7.1	Правовые и этические аспекты деятельности пресс-служб /Лек/	6	4	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	
7.2	Правовые и этические аспекты деятельности пресс-служб /Пр/	6	2	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	
7.3	Правовые и этические аспекты деятельности пресс-служб /Ср/	6	2	ПК-6.1 ПК-1.2	Л1.1Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	
7.4	/Контр.раб./	6	0			
7.5	/Экзамен/	6	36			

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Большева С. А.	Связи с общественностью в России. Законодательное регулирование, нормативные документы, практика: Настол. справ. кн.	Екатеринбург: Агентство "Деловые коммуникации", 1998	12
Л1.2	Чумиков А. Н., Бочаров М. П.	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр «НФРА-М», 2020, электронный ресурс	1
Л1.3	Потапов Ю. А., Тепляков О. В.	Современная пресс-служба: Учебник для вузов	Москва: «?» здательство Юрайт, 2020, электронный ресурс	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Шарков Ф. И., Силкин В.В.	Коммуникология: теория и практика массовой информации: Учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017, электронный ресурс	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.2	Плеханова Н. П., Филиппова А. Р.	Медиапланирование: методические рекомендации и задания для практических занятий	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2020, электронный ресурс	1
Л2.3	Шарков Ф. ❖?.	❖?нтегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие	Москва: ❖? здательско- торговая корпорация "Дашков и К", 2018, электронный ресурс	1
Л2.4	Шарков Ф. ❖?., Силкин В.В.	Коммуникология: теория и практика массовой информации: Учебник	Москва: ❖? здательско- торговая корпорация "Дашков и К", 2017, электронный ресурс	1
Л2.5	Чумиков А. Н.	Связи с общественностью. Практикум: Учебное пособие	Москва: ❖? здательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Шевкунов А. Н.	Теория и практика связей с общественностью: методика и технология работы над курсовым проектом: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2011	28
Л3.2	Мамкина Т. М., Плеханова Н. П., Ганеева Л. Д.	Подготовка социальных проектов, курсовых и дипломных работ по программе бакалавриата "Реклама и связи с общественностью": учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2018, электронный ресурс	2

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Сервис для создания документов для прессы http://www.press-service.ru/
Э2	Официальный сайт ОАО "Газпром" http://www.gazprom.ru/press/
Э3	Исследовательский портал: Мировые и российские новости рекламы, маркетинга и PR, креатив, аналитика, медиаисследования. http:// www.advertology.ru
Э4	Портал для анализа состояния сайта, социальной страницы, паблика http:// www.acarusia.ru
Э5	Информационно-аналитический портал - бизнес, реклама, маркетинг, промышленность, финансы, развлечения. Новости и комментарии. http://www.sostav.ru
Э6	Краткие аннотации полезных книг, информация об авторах, данные для поиска выбранных книг в сетевых магазинах и библиотеках. http://www.sovetnik.ru
Э7	Официальный сайт РосБизнесКонсалтинг http:// www.rbk.ru

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office
---------	--

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования - компьютер, проектор, проекционный экран, компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду. Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации.
-----	---