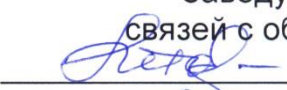


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
связей с общественностью

Е.Е.Топильская
подпись

22.06.2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08. Современная пресс-служба

1. Шифр и наименование направления подготовки:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью в СМИ

2. Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в СМИ

3. Квалификация выпускника: магистр

4. Форма обучения: очная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: связей с общественностью

6. Составители программы: кандидат филологических наук, преподаватель
кафедры связей с общественностью Сергей Александрович Попов

7. Рекомендована: Научно-методическим советом факультета журналистики (протокол № 8 от 30.05.2018)

отметки о продлении вносятся вручную)

8. Учебный год: 2018–2019

Семестр: 1

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели освоения дисциплины «Современная пресс-служба» – изучить теоретические основы работы и привить навыки для работы в современной пресс-службе.

Достижение целей предполагает решение следующих задач:

- формирование представления о функциях, задачах, принципах работы современной государственной пресс-службы;

- формирование представления о функциях, задачах, принципах работы, статусе пресс-секретаря в структуре организации;
- формирование умения пользоваться методами информационной работы государственных учреждений со средствами массовой информации и общественностью;
- изучение принципов планирования и программирования, а также организации работы современной пресс-службы;
- формирование умения пользоваться методами анализа и обработки значимых массивов данных.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (обязательные дисциплины).

Изучение учебной дисциплины Б1.В.08 «Современная пресс-служба» происходит параллельно с курсами Б1.В.07 «Взаимодействие со СМИ и профессиональная этика», Б1.В.ДВ.3.1 «Реклама и СО в Интернете», Б1.В.ДВ.3.2 «Реклама и СО в печатных изданиях». Данная учебная дисциплина является предшествующей для следующих дисциплин: Б1.Б.5 «Управление агентством рекламы и СО и службой рекламы и СО организации» (2 семестр), Б1.Б.3 «Технология рекламы и СО в различных сферах» (3 семестр).

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ПК-12	способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	знать: специфику связей с общественностью в разных сферах деятельности; уметь: проектировать, планировать, готовить и реализовать коммуникационные кампании мероприятия; владеть: навыком управления проектами.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах / час. в соответствии с учебным планом 2018/2019 уч. года 3 зет / 108 ч.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	Всего	По семестрам		
		№ семестра 1	№ семестра	...
Аудиторные занятия	34	34		
в том числе: лекции				
Практические	34	34		
Лабораторные				
Самостоятельная работа	38	38		
Контроль	34	34		
Итого:	108	108		

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
Практические занятия		
1	Общая характеристика российских пресс-служб	<p>Возрастание роли массовых коммуникаций в деятельности хозяйствующих субъектов, органов государственной власти и местного самоуправления.</p> <p>Пресс-службы как часть подсистемы "Источники информации". Пресс-службы Президента Российской Федерации и Государственной Думы. Пресс-службы федеральных органов государственной власти. Пресс-службы региональных органов государственной власти. Пресс-службы органов местного самоуправления.</p> <p>Пресс-службы субъектов хозяйственной деятельности. Роль массовых коммуникаций в обеспечении общественно-политических условий деятельности российского бизнеса.</p> <p>Пресс-службы некоммерческих организаций, политических партий и общественных объединений.</p>
2	Структура и принципы организации современной пресс-службы. Должностные обязанности пресс-секретаря	<p>Основные варианты структуры пресс-служб.</p> <p>Пресс-служба как системообразующий элемент фирмы, организации, в полном объеме выполняющий функции разработки и осуществления информационной политики. Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации в целях распространения информации о деятельности фирмы, организации. Профессиональная фирма, выполняющая по договору функции пресс-службы.</p> <p>Основные направления деятельности: информационное, аналитическое, организационное.</p> <p>Принципы организации работы пресс-службы. Полная информированность о деятельности компании, регулярный контакт с высшим руководством, участие в планировании основной деятельности компании, оперативное получение информации от других структурных подразделений, наличие хороших контактов в журналистской среде, профессионализм в обеспечении освещения социальных и политических процессов.</p> <p>Квалификационные требования к кандидату на должность пресс-секретаря. Роль пресс-секретаря в разработке информационной и социальной политики организации.</p> <p>Пресс-секретарь как лицо компании. Пресс-секретарь как руководитель структурного подразделения фирмы.</p> <p>Заявление пресс-секретаря. Пресс-секретарь и информационная безопасность компании. Пресс-секретарь и журналистская среда.</p>
3	Правовое поле деятельности пресс-служб. Планирование и организация работы пресс-службы	<p>Конституция Российской Федерации об идеологическом и политическом многообразии, свободе мысли и слова. Законодательство о взаимодействии органов власти и средств массовой информации. Правовое регулирование некоторых аспектов взаимодействия российского бизнеса и прессы. Правовой статус сотрудника пресс-службы и работника СМИ. Запрос информации в государственных органах, бизнес-структурах, общественных организациях. Гарантии действительности публикаций.</p> <p>Правила отнесения информации к государственной тайне. Коммерческая и служебная тайна. Доступ к архивной информации. Недопустимость нарушения личных неимущественных прав граждан.</p> <p>Специальные обязанности журналистов по освещению деятельности органов государственной власти.</p>

		<p>Специальные обязанности журналистов в период избирательной кампании.</p> <p>Аккредитация журналистов. Роль пресс-службы в обеспечении права журналистов на поиск и получение информации.</p> <p>Законодательство о видах информации, к которой нет свободного доступа. Роль пресс-службы в применении правовых норм о недопустимости злоупотребления свободой массовой информации.</p> <p>Принципы планирования работы пресс-службы. Информационные источники планирования. Сочетание долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов. Календарное и программно-целевое планирование. Планирование информационных потоков. Оперативное реагирование на изменение ситуации.</p> <p>Медиа-карта региона. Система оповещения средств массовой информации о мероприятиях. Учет присутствия и работы прессы на мероприятиях.</p> <p>Учет и нормирование труда сотрудников пресс-службы. Методы морального и материального стимулирования. Проектирование карьеры. Формы повышения квалификации сотрудников.</p>
4	Информационное (текстовое) направление работы пресс-службы	<p>Приемы управления информационными потоками. Сегментирование информационных потоков. Способы подачи информации: утверждение, повторение, дробление, срочность, сенсационность.</p> <p>Приемы интерпретации информации. Приоритетная поставка информации. Приемы креативной компоновки новостийной информации. Использование "круглых дат".</p> <p>Демонстрация разных взглядов на решение проблемы. Присутствие влиятельных людей. Создание интриги в новостном событии. Основной и дополнительный вес новости. Приемы обеспечения дополнительного "информационного веса" новости. Техника работы с цифрами. Фактическая и коммуникативная точность. Пути преодоления смысловой избыточности и достижения краткости СО-текста.</p> <p>Виды СО-текстов в работе пресс-службы.</p> <p>Нормативный аспект редактирования материалов пресс-службы. Особенности подготовки и проведения выступлений на телевидении и радио. Работа спичрайтера по созданию и редактированию текстов. Компрессия текста при подготовке к аудированию. Корпоративный сайт и его использование для реализации информационной политики учреждения, предприятия, фирмы. Особенности подготовки материалов для информационных интернет-агентств.</p>
5	Организационное направление работы пресс-службы	<p>Цели и задачи проведения специальных мероприятий для прессы. Порядок планирования пресс-конференции и подготовки выступающих. Система оповещения и приглашения журналистов. Электронные списки рассылки. Анонсирующие пресс-релизы. Регистрация. Распределение обязанностей участников пресс-конференции. Регламент. Средства визуализации информации. Подготовка и раздача информационных материалов. Роль пресс-секретаря в ходе пресс-конференции. Рекомендации ньюсмейкеру. Завершающий этап пресс-конференции. Работа пресс-службы по анализу информационного шлейфа мероприятия.</p> <p>Отчеты сотрудников как форма накопления опыта.</p> <p>Брифинг как специфическая форма распространения информации. Особенности проведения брифингов в</p>

		<p>государственных, коммерческих структурах и общественных организациях.</p> <p>Типовая структура пресс-тура. Содержание информационного письма-приглашения. Встреча журналистов, размещение, инструктивное совещание. Организация посещения профильных для тематики пресс-тура объектов. Встречи с влиятельными лицами. Питание, вечерний досуг, культурная программа. Заключительная встреча, подведение итогов поездки.</p> <p>Организация участия журналистов в корпоративных мероприятиях. Годовое собрание акционеров. "Круглый стол" как способ продвижения информации. Итоговые совещания в органах государственной власти и местного самоуправления. Роль пресс-конференции в структуре презентации. Клубный вечер.</p>
6	Аналитическое направление работы пресс-службы	<p>Цели и задачи аналитической работы в пресс-службе. Функциональные обязанности сотрудников аналитического отдела. Мониторинг периодических изданий. Принципы отбора материалов для анализа.</p> <p>Разработка программы анализа материалов периодических изданий. Составление тематической кодировочной таблицы. Анализ смещения понятий по смысловому полю. Тематический, авторский, географический и другие основания группировки материалов прессы. Структура аналитической записки. Методы повышения достоверности интерпретации данных.</p> <p>Использование социологической информации для оценки позиций СМИ и их воздействия на аудиторию. Мониторинг телепередач. Анализ эфирной сетки вещания. Понятие о программировании. Создание архива телесюжетов. Подготовка транскрипта телесюжета. Приемы анализа видеоряда. Влияние ритма, цвета, шумового и музыкального сопровождения на восприятие информации. Анализ работы телеведущих. Особенности анализ телепередач, идущих в режиме прямого эфира. Мониторинг радиопередач. Способы фиксации информации для последующего анализа. Эмоциональная составляющая вещания. Мнения и позиции радиослушателей. Мониторинг Рунета. Информационные ленты и порталы. Электронные архивы и их использование в аналитической работе.</p>
7	Деятельность пресс-службы в условиях кризиса	<p>Понимание сути кризиса. Типология кризисных ситуаций. Основные характеристики кризиса. Роль специалиста по связям с общественностью в управлении кризисной ситуацией. Антикризисное планирование. Разработка моделей кризисных ситуаций. Анализ рисков. Структура антикризисного плана. Особенности взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации в условиях кризиса. Подготовка заявления для общественности. Инструктаж пресс-представителя. Способы снижения агрессивности ситуации. Как избежать извинений и оправданий. Особенности использования различных типов СМИ в условиях кризиса.</p> <p>Спин-доктор и преодоление последствий кризиса.</p> <p>Внутрикорпоративная информация в кризисной ситуации. Работа с внутренней аудиторией.</p> <p>Борьба со слухами. Слухи как канал передачи антикризисной информации. Формирование общественного мнения в послекризисный период. Сбор, систематизация и анализ материалов СМИ и внутренних документов, относящихся к кризисной ситуации. Внесение изменений в меседж-таблицу и корректирование антикризисного плана.</p>

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Общая характеристика российских пресс-служб		2		4	6
2	Структура и принципы организации современной пресс-службы. Должностные обязанности пресс-секретаря		4		2	6
3	Правовое поле деятельности пресс-служб. Планирование и организация работы пресс-службы		6		4	10
4	Информационное (текстовое) направление работы пресс-службы		6		8	14
5	Организационное направление работы пресс-службы		6		6	12
6	Аналитическое направление работы пресс-службы		6		8	14
7	Деятельность пресс-службы в условиях кризиса		4		6	10
	Экзамен					36
	Итого:		34		38	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины: поскольку данная дисциплина носит сугубо прикладной характер, то формами СРС выступают решение задач, изучение рекомендованной литературы, специализированных сайтов, а также знакомство с публикациями в отраслевых СМИ: журналах «Пресс-служба», «Советник», «СО-общение» и др. Наряду с этим обучающимся рекомендуется знакомство с публикациями в Вестниках университетов и альманахе «Акценты». Самостоятельная работа магистрантов по учебной дисциплине предполагает презентацию акторов и интересантов в сфере связей с общественностью, разработку и защиту проекта в сфере PR.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Ворошилов В. В. Современная пресс-служба : учебник / В.В. Ворошилов. – М. : КНОРУС, 2016. – 224 с.
2	Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации / Михаил Гундарин. – 2-е изд., доп. — СПб.: Питер, 2009. – 330 с.
3	Современная пресс-служба : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 030602.65 "Связи с общественностью" / А. И. Гнетнёв , М. С. Филь. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. – 415 с.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4	Балахонская Л. В. PR-текст: структура, содержание, оформление / Л. В. Балахонская. – СПб.: Свое издательство, 2015. – 198 с.

5	Василенко И.А. Связи с общественностью в органах власти : учебник / И.А. Василенко, Е.В. Василенко. — М. : КНОРУС, 2016. – 232 с.
6	Козлов С.В. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие для студентов всех форм обучения по направлению 081100.62 - Государственное и муниципальное управление / С.В. Козлов. – Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014 – 197 с.
7	Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие / [А.Е. Богоявленский и др.]; АНО "Ин-т полит. анализа и стратегий"; Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики; под ред. В.В. Тулупова, Е.Е. Топильской. – Воронеж: Кварта, 2010. – 327 с.
8	Умаров М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров ; под ред. А. Черниковой. - М. : Альпина Паблшер, 2016. - 230 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-5746-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443019
9	Хелдман Ким. Управление проектами. Быстрый старт [Электронный ресурс] / Ким Хелдман. – Электрон. текстовые данные. – Саратов: Профобразование, 2017. – 352 с. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/63809.html

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
1.	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – (http // www.lib.vsu.ru/).
2.	Социальные и гуманитарные науки. Философия и социология : Библиогр. база данных. 1981–2009 гг. / ИНИОН РАН. – М., 2010. – (CD–ROM).

* Вначале указываются ЭБС, с которыми имеются договоры у ВГУ, затем открытые электронно-образовательные ресурсы

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)

№ п/п	Источник
1	Задачник по PR
2	Коммуникационный проект

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости): Microsoft Office — офисный пакет приложений от корпорации Microsoft для операционных систем Microsoft Windows, Windows Phone, Android, OS X, iOS. В состав этого пакета входит программное обеспечение для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных и др.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины: ПК, проектор, доска, мел, столы, стулья.

19. Фонд оценочных средств:

19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС* (средства оценивания)
ПК-12 способность определять стратегические цели и руководить проектированием,	Знать: специфику связей с общественностью в разных сферах деятельности; Уметь: проектировать, планировать, готовить и реализовать	Раздел 3. Правовое поле деятельности пресс-служб. Планирование и	Решение ситуационной задачи

планированием, подготовкой реализацией коммуникационных кампаний мероприятий	и	коммуникационные мероприятия; Владеть: навыком управления проектами.	кампании	организация работы пресс-службы.	
	и				
Промежуточная аттестация					КИМ

* В графе «ФОС» в обязательном порядке перечисляются оценочные средства текущей и промежуточной аттестаций.

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Компетенция	Показатель сформированности компетенции	Шкала и критерии оценивания уровня освоения компетенции			
		Полная сформированность	В целом сформированность	В основном сформированность	Несформированность
ПК-12: способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	Знает специфику связей с общественностью в разных сферах деятельности	Сформированы знания о специфике связей с общественностью в разных сферах деятельности	Сформированы, но содержащие отдельные пробелы в знаниях о специфике связей с общественностью в разных сферах деятельности	Имеет неполное представление о специфике связей с общественностью в разных сферах деятельности	Не знает специфики связей с общественностью в разных сферах деятельности
	Умеет проектировать, планировать, готовить и реализовать коммуникационные кампании мероприятия	Сформировано умение проектировать, планировать, готовить и реализовать коммуникационные кампании мероприятия	Сформировано умение проектировать, планировать, готовить и реализовать коммуникационные мероприятия	Сформировано в основном умение проектировать, планировать, готовить и реализовать коммуникационные мероприятия	Не умеет проектировать, планировать, готовить и реализовать коммуникационные мероприятия
	Владеет навыком управления проектами	Сформирован навык управления проектами	Сформирован в целом навык управления проектами	Сформирован в основном навык управления проектами	Не сформирован навык управления проектами

Для оценивания результатов обучения на экзамене используется следующие показатели (соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения):

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
<i>Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки (теоретическими основами дисциплины), способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области политического маркетинга</i>	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Отлично</i>
<i>Обучающийся владеет понятийным аппаратом данной области науки, способен предложить эффективную коммуникацию для разных целевых аудиторий (внутренней и внешней)</i>	<i>Базовый уровень</i>	<i>Хорошо</i>

Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен к анализу кризисной ситуации, не умеет применять статистические методы.	Пороговый уровень	Удовлетворительно
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки при решении задачи	–	Неудовлетворительно

19.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

19.3.1 Перечень вопросов к экзамену:

1. Роль информирования общественности в современном мире.
2. Пресс-служба как элемент структуры массовых коммуникаций в современном обществе.
3. Классификация и организационная структура подразделений по связям с общественностью.
4. Функции и принципы деятельности современной пресс-службы.
5. Особенности формирования пресс-службы в зависимости от типа оргструктуры компании / организации.
6. Правовые основы деятельности пресс-службы.
7. Типовое положение о пресс-службе.
8. Аккредитация журналистов.
9. Особенности аккредитации представителей иностранных СМИ.
10. Профессиональные и этические качества специалиста по связям с общественностью.
11. Должностная инструкция специалиста по связям с общественностью.
12. Общие принципы взаимодействия со СМИ в практике связей с общественностью.
13. Основные виды пресс-мероприятий. Общая характеристика.
14. Основные правила подготовки и проведения пресс-конференций.
15. Основные правила подготовки и проведения брифинга для прессы.
16. Основные правила подготовки и проведения презентации.
17. Основные правила подготовки и проведения пресс-тура.
18. Другие формы подачи информационно-новостных материалов (пресс-ланч, клубный вечер, роуд-шоу, день открытых дверей и др.).
19. Особенности деятельности пресс-службы в государственных учреждениях.
20. Особенности деятельности пресс-службы в политических и общественных организациях.
21. Особенности деятельности пресс-службы в некоммерческих организациях. Фандрайзинг.
22. Особенности деятельности пресс-службы в коммерческих структурах.
23. Планирование работы пресс-службы.
24. Бюджетирование. Расчёт расходов. Распределение бюджетных средств. Приоритетность статей бюджета и ограничения.
25. Медиа-карта: содержание и порядок использования.
26. Мониторинг СМИ: цели и порядок организации.
27. Работа пресс-службы в кризисной ситуации.
28. Способы оценки эффективности работы пресс-службы.
29. Профессиональные конкурсы в сфере связей с общественностью.

19.3.2 Перечень практических заданий

Контрольная работа

по курсу «Современная пресс-служба»

Задание 1. Проанализировать

1) как представлены разделы, посвященные деятельности пресс-служб на сайтах российских организаций различных типов (на выбор - государственная, коммерческая, общественная, финансовая),

2) как данные организации используют социальные сервисы (на примере одной организации).

Задание 2. Представить в таблице специфику деятельности пресс-служб организаций различных типов.

Задание 3. Проанализировать 3 пресс-релиза (анонс события, новость, пост-релиз), подготовить собственный вариант одного из пресс-релизов.

Задание 4. Подготовить медиакит для корпоративного печатного/электронного СМИ.

Задание 5. Провести мониторинг СМИ (период мониторинга от 1 недели до 1 месяца) для выбранной организации. Представить пресс-клиппинг, таблицу данных мониторинга и краткий аналитический отчет.

Задание 6. Составить программу пресс-тура, посвященного 100-летию ВГУ (цели пресс-тура, объекты осмотра журналистов, маршрут, список приглашенных СМИ, состав пресс-кита, пресс-релиз).

Задание 7. Проанализировать стратегию деятельности пресс-службы организации в кризисной ситуации. Представить краткое описание ситуации, пресс-клиппинг, выводы о типе и эффективности выбранной стратегии.

19.3.4 Тестовые задания

Т е с т № 1 «Современная пресс-служба»

1. Кем не должны выполняться связи со СМИ?

- А. Пресс-секретарем.
- Б. Отделом маркетинга.
- В. Отделом по работе с прессой.
- Г. Службой PR.

2. Что не входит в число основных задач пресс-службы?

- А. Промоушен.
- Б. Обеспечение полноты и оперативности информации об организации.
- В. Информирование о продукции организации.
- Г. Создание оптимальных условий работы для аккредитованных журналистов.

3. Что не является необходимым для нормальной работы пресс-службы?

- А. Адекватное материально-техническое обеспечение.
- Б. Контакты с представителями политических партий.
- В. Наличие информационной базы и доступа к информации.
- Г. Контакт с руководством.

4. Что не входит в число задач ответственного за связь с прессой?

- А. Предоставление журналистам материалов для печати.
- Б. Ответы на запросы прессы.
- В. Отслеживание рейтинга СМИ.
- Г. Мониторинг СМИ.

5. Что не входит в число необходимых задач пресс-секретаря?

- А. Выступление в качестве надежного источника информации.
- Б. Участие в разработке, обсуждении и реализации PR-программ.
- В. Создание информационных поводов.
- Г. Отслеживание цен на рынке прессы.

6. Что воспрещается кодексом РАСО в отношении связей со СМИ?

- А. Контроль за распространением информации в прессе.
- Б. Действия, могущие нанести ущерб репутации СМИ.
- В. Бесплатная публикация новостной информации.
- Г. Ограничение конфиденциальности информации.

7. Что не входит в число целей аккредитации СМИ?

- А. Недопущение распространения негативной информации об аккредитующей организации.
- Б. Обеспечение открытости работы аккредитующей организации.
- В. Совершенствование взаимодействия аккредитующей организации со СМИ.
- Г. Создание необходимых условий для профессиональной деятельности журналистов как лиц, выполняющих общественный долг и обеспечивающих право граждан на информацию.

8. Какие СМИ не имеют права на аккредитацию?

- А. Частные.
- Б. Иностранные.
- В. Нелегальные.
- Г. Государственные.

9. На какой срок предоставляется временная аккредитация?

А. На 1 год.

Б. На полгода.

В. На срок, необходимый для выполнения конкретного редакционного задания.

Г. На срок для замены постоянно аккредитованного журналиста в случае его болезни, отпуска, командировки.

10. Кем принимается решение об аккредитации?

А. Главным редактором данного СМИ.

Б. Руководителем пресс-службы соответствующей организации.

В. Руководством соответствующей организации.

Г. Начальником PR-отдела соответствующей организации.

11. Байлайнер – это:

А. Именная статья, подписанная должностным лицом фирмы, но написанная специалистом по PR.

Б. Биография руководителя фирмы.

В. Тематическое досье по какой-либо проблеме.

Г. Заявление пресс-секретаря для СМИ.

12. Коммюнике – это:

А. Сообщение о начале продажи продукта или услуги.

Б. Официальное сообщение правительства для СМИ о международных делах.

В. Изложение главных событий в организации, собирающей пресс-конференцию.

Г. Имиджевая статья.

13. Кто является ведущим пресс-конференции?

А. Ньюсмейкер.

Б. Спикер

В. Глава организации.

Г. Модератор.

14. Какое время является наиболее оптимальным для проведения пресс-конференции?

А. 11-14 часов дня.

Б. 15-17 часов дня.

В. 9-10 часов утра.

Г. 17 -19 часов.

15. Какая длительность пресс-конференции является оптимальной?

А. 3 часа.

Б. 1 час.

В. 1,5-2 часа.

Г. 4 часа.

16. На каком этапе развития пресс-служб государственных учреждений окончательно сформировался их современный облик?

А. 1985-1991 гг.

Б. С 2000 г. по настоящее время.

В. 1991-96 гг.

Г. 1996-2000 гг.

17. Набор представляющих интерес для СМИ разножанровых СО-текстов, объединенных одним информационным поводом носит название:

А. медиакарта

Б. пресс-ревью

В. пресс-кит

Г. медиакит

18. В каком случае, по определению профессионального кодекса Союза журналистов России, может быть нарушена конфиденциальность информации?

А. По запросу судебных и следственных органов.

Б. В случае сознательного искажения источником истины.

В. Если источник принадлежит к высокопоставленным кругам.

Г. Если источник фигурирует в материалах уголовного следствия.

19. Что представляет собой мониторинг как одно из направлений деятельности пресс-службы:

А. формирование стратегии организации с учетом ее общественных связей

- Б. анализ влияния политики организации на общественность
 В. наблюдение, оценка материалов СМИ, прямо или косвенно касающихся деятельности организации
 Г. планирование выступлений в СМИ

20. Выберите верные варианты для продолжения следующих фраз:

1. информация в рекламе А. селективна и оптимизирована
 2. информация в публичных релизах Б. способствует формированию спроса на товары и услуги
 3. информация в журналистике В. нацелена на объективное отражение действительности и формирование общественного мнения

Ключ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
б	а	б	в	г	б	а	в	вг	в
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
а	б	г	а	в	б	в	б	в	1б, 2а, 3в

Критерии оценки выполнения теста

Зачтено	Выполнение правильно более 50% тестовых заданий
Не зачтено	Выполнение правильно менее 50% тестовых заданий

19.3.4 Перечень заданий для контрольных работ

Охарактеризуйте аналитическое направление деятельности пресс-службы.

19.3.5 Темы курсовых работ

Не предусмотрены

19.3.6 Темы рефератов

Особенности деятельности пресс-службы в государственных учреждениях.

19.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в форме *письменных работ (контрольные, эссе, сочинения, выполнение практико-ориентированных заданий, тестирования; оценки результатов практической деятельности (курсовая работа, портфолио и др.)*. Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и / или практическое(ие) задание(я), позволяющее(ие) оценить степень сформированности умений и(или) навыков, и(или) опыт деятельности (*указывает реальную структуру*).

При оценивании используются количественные и качественные шкалы оценок (все текущие задания выполнены в соответствии с критериями оценивания, приведенными выше).