

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.07 Основы взаимодействия со СМИ и технологии конструирования контента

42.04.05. Медиакоммуникации

«Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах»

заочная

Год набора - 2026

Барнаул

Автор-составитель РПД:

Комиссарова Людмила Михайловна, к.филол.н., доцент, доцент кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики Алтайского филиала РАНХиГС

Заведующий кафедрой:

Гончарова Наталья Петровна, к.соц.н., и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики Алтайского филиала РАНХиГС

Рабочая программа дисциплины Б1.О.07 Основы взаимодействия со СМИ и технологии конструирования контента рассмотрена и одобрена на заседании кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики Алтайского филиала РАНХиГС.

протокол № 1 от «27» августа 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели, критерии, шкалы оценивания
5. Формы аттестации и типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся
6. Формы промежуточной аттестации по дисциплине, типы оценочных материалов, показатели, критерии, шкалы оценивания
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.О.07 «Основы взаимодействия со СМИ и технологии конструирования контента» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ОТФ/Т Ф и реквизи ты ПС (при наличии)	Код компе тенци и	Наименование компетенции	Код индикатор а достижени я компетенц ий	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
	ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1	Способен разносторонне освещать в создаваемых медиатекстах тенденции развития общественных и государственных институтов	<p><i>ОПК-2.1. 3-1.:</i> Знает принципы работы и тенденции развития компании (организации), необходимые для PR-деятельности</p> <p><i>ОПК-2.1.У-1.:</i> Умеет анализировать текущее состояние информационного партнерства компании с медиа-институтами</p> <p><i>ОПК-2.1.Н-1.:</i> Выстраивает информационную политику компании в аспекте взаимодействия с медиа-институтами</p>
	ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуника	ОПК-5.1.	Способен выявлять особенности разных медиакоммуникационных систем, обусловленные политическими, экономическими	<p><i>ОПК-5.1.3-1.:</i> Знает: Отличия медиаплощадок, обусловленные политическими, экономическими факторами, правовыми и этическими</p>

		ционных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.		факторами, правовыми и этическими нормами, действующими на глобальном, национальном и региональном уровнях.	нормами, действующими на глобальном, национальном и региональном уровнях <i>ОПК-5.1.У-1.:</i> Умеет осуществлять выбор медиаплощадки, необходимой для успешной PR-деятельности <i>ОПК-5.1.Н-1.:</i> успешно конструирует контент для взаимодействия с разными типами медиа.
--	--	--	--	---	---

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общая трудоемкость дисциплины на очной и заочной форме обучения составляет – 3 З.Е., 108 академических часа.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий):

на заочной форме обучения контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 18 академических часов, из них лекции – 6 академических часа, практические занятия – 10 академических часов, самостоятельная работа – 54 академических часов, консультации – 2 академических часа, контроль – 36 академических часов.

Дисциплина Б1.О.07 Основы взаимодействия со СМИ и технологии конструирования контента относится к вариативной части и в соответствии с учебным планом осваивается на 1 курсе обучения после изучения дисциплин:

- Современные межкультурные медиарынки и медиаструктуры
- Современные PR - технологии в госструктурах, бизнесе и НКО

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	Всего О	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемо сти*, промежуто чной аттестаци и**	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	Ко нт ро ль	СРк р	СРэк		СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1.	Медиарилейшнз как приоритетный процесс PR - практики	22	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	18	ПЗ
Тема 2.	Жанры PR- текстов. Пресс- релиз как основной вид PR-текста	24	2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	18	ПЗ
Тема 3.	Правовые основы Медиарилейшнз	24	2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	18	ПЗ
Промежуточная аттестация		1	0	0	0	0	0	0	2	36	0	0	0	Зачет**	
Итого		108	6	0	0	10	0	0	0	36	0	0	54		

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Примечание:

**– формы текущего контроля успеваемости: практические задания (ПЗ);*

***– формы промежуточной аттестации: зачет (З).*

Содержание дисциплины

Тема 1. Медиарилейшнз как приоритетный процесс PR - практики.

Что такое медиарилейшнз Информационный контроль, осуществляемый организацией. Типологические признаки СМИ важны для пресс-службы.

Понятие новости, приемы повышения удельного веса новостей. Приемы борьбы с негативизмом СМИ. Методы оценки эффективности медиарилейшнз. Медиапланирование. Анализ СМИ для выбора рекламной компании предприятия, медиакарта.

Тема 2. Жанры PR-текстов. Пресс-релиз как основной вид PR-текста.

Жанровое своеобразие PR-текстов для медиа: пресс-релиз, бэкграундер, факт-лист, имиджевое письмо, байлайнер, кейс-стори, пресс-кит (медиа-кит). Информационный повод. Содержание и композиционная структура пресс-релиза. Языковое оформление пресс-релиза.

Тема 3. Правовые основы Медиарилейшнз.

Основные принципы взаимодействия со средствами массовой информации с учетом Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной Указом Президента РФ от 19.12.2012 года № 1666. Перечень нормативных актов, регламентирующих PR-деятельность. Правовые основы отношений пресс-службы со СМИ: законодательство, ограничивающее распространение информации журналистом; законодательство, ограничивающее свободу действий пресс-службы.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.07 Основы взаимодействия со СМИ и технологии конструирования контента входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр

		<p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Ответ считается верным:</p> <p>1. Отсутствие фактических ошибок.</p> <p>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</p> <p>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</p> <p>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</p>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС¹

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
			B	P/ Passed
	Хорошо		C	P/ Passed
			D	P/ Passed
	Удовлетворительно		E	P/ Passed
	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.07 Основы взаимодействия со СМИ и технологии конструирования контента используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

Практические задания

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Практические задания

Типовые практические задания на тему **1. Медиарилейшнз как приоритетный процесс PR – практики**

Практическое задание №1

Выберите известную российскую компанию и выполните SWOT-анализ её текущих взаимоотношений со СМИ. Используйте следующую схему:

¹ БРС при изучении данной дисциплины не применяется.

Strengths (сильные стороны): сильные связи с влиятельными изданиями, регулярное размещение положительных публикаций, высокие рейтинги доверия у журналистов.

Weaknesses (слабые стороны): недостаточная активность в региональных СМИ, низкий уровень присутствия в специализированных отраслевых изданиях.

Opportunities (возможности): рост спроса на продукцию компании, появление новых рынков сбыта, расширение партнёрства с крупными организациями.

Threats (угрозы): риск появления негативных публикаций, ухудшение общего фона вокруг отрасли, изменение законодательства.

Практическое задание №2

Изучите несколько выпусков новостных лент федеральных телеканалов и подготовьте перечень рекомендаций по улучшению качества медиарелейшнз выбранной вами компании. Особое внимание уделите следующим вопросам:

Как компания представлена в новостных сюжетах?

Какие приемы использовали журналисты для увеличения доли позитивных новостей?

Какие меры могли бы предпринять сотрудники пресс-службы компании для устранения отрицательных моментов?

Практическое задание №3

Представьте, что вы сотрудник пресс-службы крупной корпорации. Вам поручено подготовить брифинг для руководителей подразделений по итогам мониторинга прессы. Подготовьте отчёт по следующей структуре:

Общий обзор публикаций за неделю.

Наиболее яркие сюжеты и темы, вызвавшие резонанс.

Успехи и провалы компании в области PR за прошедший период.

Прогнозы на ближайшее время и предложения по улучшению ситуации.

Заполните отчёт, руководствуясь вышеуказанными рекомендациями и структурой.

Типовые практические задания к теме 2. Жанры PR-текстов. Пресс-релиз как основной вид PR-текста.

Практическое задание №1

Представьте, что ваша компания выпустила новый продукт или услугу. Составьте пресс-релиз объемом примерно 300–500 слов, соблюдая стандартную композицию пресс-релиза (заголовок, подводка, введение, тело релиза, контактная информация). Убедитесь, что релиз соответствует стилю официального документа и несет чётко выраженную новость.

Практическое задание №2

Вам дано готовое корпоративное заявление компании. Преобразуйте его в полноценный пресс-релиз, учитывая правила написания пресс-релиза (чёткая структура, заголовок, ключевая информация вверху, контактные данные). Измените подачу информации так, чтобы материал стал интересным и полезным для СМИ и широкой аудитории.

Пример заявления: «Компания "АльфаСтрой" завершила строительство жилого комплекса премиум-класса на северо-западе Москвы.»

Практическое задание №3

Допустим, вам предстоит создать полный пакет документов для PR-акции, связанной с открытием филиала компании в новом регионе. Составьте следующий комплект документов:

Пресс-релиз с анонсом открытия.

Факт-лист о компании и филиале.

Байлайнер руководителя компании, поздравляющего сотрудников и партнёров с открытием филиала.

Пример короткого бэкграундера для журналистов, содержащего общую информацию о рынке региона и целях компании.

Типовые практические задания к теме **3. Правовые основы Медиарилейшнз.**

Практическое задание №1

Ситуация: Компания получила жалобу от известного лица на недостоверную информацию, размещённую в одном из официальных пресс-релизов компании. Лицо требует удалить публикацию и принести извинения публично.

Задание: Используя знания правовых основ медиарилейшнз, опишите порядок действий компании в подобной ситуации. Учтите законодательство РФ, регулирующее защиту чести, достоинства и деловой репутации, а также права на свободу слова и информации.

Практическое задание №2

Ситуация: Ваш отдел медиарилейшнз планирует провести крупную PR-кампанию, включающую публикацию большого количества новостей в СМИ и социальных сетях. Однако некоторые партнеры компании обеспокоены возможным нарушением прав интеллектуальной собственности при использовании изображений и текстов третьих лиц.

Задание: Подготовьте памятку для сотрудников отдела медиарилейшнз, разъясняющую, какие действия необходимо предпринимать, чтобы избежать нарушений авторских прав и смежных прав при проведении PR-кампании. Обязательно укажите ссылку на соответствующие законы РФ и судебную практику.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,2	20
КТ 2	100	4	20
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Тема 1. Медиарилейшнз как приоритетный процесс PR - практики.

Доклад:

Подготовка докладов «Медиарилейшнз как приоритетный процесс PR - практики». 10 групповых докладов с обсуждением вклада ведущих ученых.

Тематика докладов:

1. Значение медиарилейшнз в формировании имиджа компании и управлении репутацией.
2. Особенности взаимодействия пресс-служб с федеральными и региональными СМИ.
3. Управление кризисными ситуациями с помощью медиарилейшнз: алгоритмы и лучшие практики.
4. Стратегии взаимодействия с иностранными СМИ в международном бизнесе.
5. Организация эффективного мониторинга СМИ и анализа публикаций.
6. Ключевые компетенции сотрудника пресс-службы и навыки работы с журналистами.
7. Современные тренды в медиарилейшнз: диджитализация и мультимедийные форматы.
8. Взаимодействие пресс-служб с блогерами и влиятельными лицами в социальных сетях.
9. Оценка эффективности медиарилейшнз: KPI и методы измерений.
10. Регулирование и этические аспекты работы пресс-служб в условиях современных СМИ

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Критерии оценивания заданий:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	0-20	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	0-20	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы

Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

КТ – 2.

Тема 2. «Жанры PR-текстов. Пресс-релиз как основной вид PR-текста.»

Опрос:

Вопросы для опроса:

№ п.п.	Содержание вопроса
1.	Какие жанровые разновидности PR-текстов выделяют эксперты и каковы их основные функции?
2.	В чём заключаются принципиальные отличия пресс-релиза от других жанров PR-текстов (байлайнера, факт-листа, бэкграунда)?
3.	Какие обязательные элементы композиции должен иметь качественный пресс-релиз?
4.	Какая информация должна находиться в первой части пресс-релиза и почему это важно?
5.	Какими критериями руководствуются профессионалы при оценке удачного пресс-релиза?
6.	Какие особенности и сложности возникают при переводе пресс-релиза на иностранные языки?
7.	Какие распространенные ошибки допускают авторы пресс-релизов и как их избегать?
8.	Какие приёмы повышают шансы на публикацию пресс-релиза в средствах массовой информации?
9.	Какие примеры пресс-релизов российских компаний вы считаете лучшими и почему?
10.	Как меняется роль пресс-релиза в эпоху цифровых технологий и социальных сетей?

Критерии оценивания опроса:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
65-84	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

55-64	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0-54	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (экзамен) проводится в тестовой форме.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Тема 1. Медиарилейшнз как приоритетный процесс PR - практики

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п.п.	Вопрос
1.	Какие существуют приемы повышения удельного веса новостей и как они могут использоваться пресс-службой для эффективного взаимодействия со СМИ?
2.	Какие методы оценки эффективности медиарилейшнз наиболее востребованы в современной практике и как они помогают совершенствовать коммуникационную стратегию организации?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов:

Контрольное задание №1

Что такое медиарилейшнз?

- А) Работа с финансовыми инвесторами компании.
- В) Взаимоотношения компании с потребителями продукции.
- С) Процесс взаимодействия организации со средствами массовой информации для продвижения своих интересов.
- Д) Внешняя рекламная кампания фирмы.

Контрольное задание №2

Для чего пресс-службе важно знание типологических признаков СМИ?

- А) Для выбора оптимального канала доставки информации.
- В) Для контроля над деятельностью редакции.
- С) Для увеличения бюджета на рекламу.
- Д) Для подбора кадров в пресс-службу.

2. Задания комбинированного типа:
2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	<p>Какие признаки делают новость привлекательной для СМИ?</p> <p>А) Уникальность и сенсационность события. В) Широкая известность места происхождения. С) Участие известных персон или крупные суммы денег. D) Все вышеперечисленные признаки вместе взятые. Ваш вариант ответа: _____</p>		
2.	<p>Зачем пресс-службе вести мониторинг СМИ?</p> <p>А) Для своевременного реагирования на нежелательную информацию. В) Для поддержания постоянного контакта с журналистами. С) Для подсчета заработанной прибыли от публикаций. D) Для упрощения внутренней отчетности компании. Ваш вариант ответа: _____</p>		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания.

Тестовое задание №1

Что такое медиарилейшнз?

- А) Рекламная кампания товаров и услуг.
- В) Управление взаимоотношениями компании с клиентами.
- С) Деятельность по установлению и поддержанию взаимосвязей с представителями СМИ.
- D) Процесс продажи акций и ценных бумаг.

Тестовое задание №2

Какой признак СМИ особенно важен для пресс-службы при выборе канала распространения информации?

- A) Цвет логотипа издания.
- B) Целевая аудитория издания.
- C) Размер офиса редакции.
- D) Время основания издательства.

Тестовое задание №3

Каким способом можно увеличить удельный вес новости в СМИ?

- A) Использование устаревших данных.
- B) Привлечение внимания громкими заголовками и яркой подачей.
- C) Соккрытие важной информации.
- D) Повторение старой информации.

Тестовое задание №4

Что включает в себя медиакарта?

- A) Список любимых фильмов сотрудников пресс-службы.
- B) Карта города, где расположена редакция.
- C) Каталог СМИ с указанием профиля аудитории, контактных данных и специализации.
- D) Архитектурный чертеж здания редакции.

Тема 2. Жанры PR-текстов. Пресс-релиз как основной вид PR-текста.

Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа

№ п.п.	Вопрос
1.	Какова структура пресс-релиза и какие элементы обязательно должны присутствовать в нём, чтобы он считался качественным и профессиональным?
2.	Какие приёмы и языковые средства помогают сделать пресс-релиз более ярким, запоминающимся и привлекательным для журналистов и широкой аудитории?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов:

Контрольное задание №1

Что представляет собой пресс-релиз?

- A) Документ, официально подтверждающий личность сотрудника компании.
- B) Вид договора между компанией и клиентом.
- C) Короткое официальное сообщение для прессы, предназначенное для распространения в СМИ.
- D) Видеоролик о событиях в компании.

Контрольное задание №2

Какой из перечисленных жанров PR-текстов подробно описывает историю успеха компании или продукта?

- A) Факт-лист
- B) Кейс-стори

- С) Байлайнер
 D) Имиджевое письмо

2. Задания комбинированного типа:

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	<p>Пресс-релиз — это:</p> <p>А) Подробный отчет о финансовых показателях компании.</p> <p>В) Новый фильм, снятый компанией для внутреннего пользования.</p> <p>С) Информация, предназначенная для распространения в СМИ, представленная в официальном стиле.</p> <p>Д) Руководство по эксплуатации продукции компании.</p> <p>Ваш вариант ответа:</p> <p>_____</p>		
2.	<p>Факт-лист — это:</p> <p>А) Полноценная статья, раскрывающая детали и нюансы отдельного события.</p> <p>В) Маленький буклет с описанием общей информации о компании.</p> <p>С) Набор базовых фактов и данных о компании, продукте или событии, предоставляемых журналистам для удобства.</p> <p>Д) Короткое интервью с руководителем компании.</p> <p>Ваш вариант ответа:</p> <p>_____</p>		

3. Задания закрытого типа.

3.1. Тестовые задания.

Тестовое задание №1

Что из перечисленного является примером основного жанра PR-текста?

- A) Журнальная статья
- B) Пресс-релиз
- C) Газетный очерк
- D) Учебник по экономике

Тестовое задание №2

Какая часть пресс-релиза должна давать краткое резюме всей информации?

- A) Заголовок
- B) Первый абзац (лид)
- C) Основная часть
- D) Заключительная часть

Тестовое задание №3

Какой жанр PR-текста служит дополнением к пресс-релизу и содержит дополнительные справочные данные?

- A) Факт-лист
- B) Имиджевое письмо
- C) Байлайнер
- D) Кейс-стори

Тестовое задание №4

Какая структура рекомендуется для пресс-релиза?

- A) Линейная хронологическая структура
- B) Обратная пирамида (самая важная информация идет вначале)
- C) Свободная ассоциативная структура
- D) Пародийная структура

Тема 3. Правовые основы Медиарилейшнз

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа

№ п.п.	Вопрос
1.	Какие основные нормативно-правовые акты Российской Федерации регламентируют деятельность пресс-служб и взаимодействие с журналистами? Как эти акты защищают интересы как СМИ, так и субъектов публичной деятельности?
2.	Какие ограничения накладываются законом на распространение информации пресс-службами и журналистами, и какие обязанности возлагаются на обе стороны в рамках правового поля Российской Федерации

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов:

Контрольное задание №1

Что регулирует Федеральный закон РФ «О средствах массовой информации» (№ 2124-I от 27 декабря 1991 г.)?

- А) Правила налогообложения доходов СМИ.
- В) Порядок лицензирования медицинских учреждений.
- С) Законодательные основы деятельности средств массовой информации.
- Д) Нормы труда работников госучреждений.

Контрольное задание №2

Какие положения Федерального закона РФ «О рекламе» (№ 38-ФЗ от 13 марта 2006 г.) касаются пресс-служб и СМИ?

- А) Запрет на дискриминацию в трудовых отношениях.
- В) Требования к порядку заключения трудового договора.
- С) Ограничения на распространение недостоверной информации и нарушение прав граждан.
- Д) Установление налогов на доходы физических лиц.

2. Задания комбинированного типа:

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	<p>Задание 1</p> <p>Что является обязательным условием для регистрации юридического лица в качестве средства массовой информации?</p> <p>А) Получение специального разрешения (лицензии) от Министерства юстиции РФ.</p> <p>В) Постановка на налоговый учет в ФНС РФ.</p> <p>С) Государственная регистрация СМИ в уполномоченном федеральном органе исполнительной власти.</p> <p>Д) Наличие лицензии на осуществление предпринимательской деятельности.</p> <p>Ваш вариант ответа: _____</p>		
2.	<p>Какие действия запрещены пресс-службе или должностным лицам в соответствии с российским законодательством при взаимодействии со СМИ?</p>		

	<p>А) Давать разъяснения официальным представителям СМИ.</p> <p>В) Распространять заведомо ложную информацию.</p> <p>С) Организовывать пресс-конференции и брифинги.</p> <p>Д) Осуществлять аккредитацию журналистов на территории организации.</p> <p>Ваш вариант ответа:</p> <p>_____</p>		
--	---	--	--

3. Задания закрытого типа.

3.1. Тестовые задания.

Тестовое задание №1

Какое право защищает Закон РФ «О средствах массовой информации» от незаконного вмешательства и давления на СМИ?

- А) Свобода слова и свобода массовой информации.
- В) Право на труд.
- С) Право на частную собственность.
- Д) Право на охрану здоровья.

Тестовое задание №2

Какой федеральный закон устанавливает ответственность за разглашение государственной тайны?

- А) ФЗ «О защите прав потребителей».
- В) ФЗ «О коммерческой тайне».
- С) ФЗ «О государственной тайне».
- Д) Гражданский кодекс РФ.

Тестовое задание №3

Что обязан соблюдать представитель пресс-службы при предоставлении информации средствам массовой информации?

- А) Обязанность раскрывать коммерческую тайну компании.
- В) Запрещение на предоставление полной информации.
- С) Необходимость соответствовать требованиям законодательства о неразглашении гостайны и иной охраняемой законом информации.
- Д) Возможность нарушать персональные границы сотрудников компании.

Тестовое задание №4

Какой правовой акт регулирует отношения, возникающие при осуществлении предпринимательской деятельности в сфере рекламы?

- А) Трудовой кодекс РФ.
- В) Уголовный кодекс РФ.

- С) Налоговый кодекс РФ.
 D) Федеральный закон РФ «О рекламе».

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС².

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	40
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	30-39
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	20-29
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

² БРС при изучении данной дисциплины не применяется.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность — до 15 минут. Вторая часть — выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность — 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541072>

2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533340>

3. Основы рекламы и связей с общественностью : учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544815>

4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16844-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531879>

8.2 Дополнительная литература

1. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации : учебное пособие для вузов / Е. Ю. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10033-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474845> .

2. Кобытов, О. В. Газетная иллюстрация : учебное пособие для вузов / О. В. Кобытов, Е. А. Силина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 84 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14432-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477582>.

3. Чепкина, Э. В. Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ : учебное пособие для вузов / Э. В. Чепкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 115 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09946-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473808>.

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Использование не предусмотрено.

8.4. Интернет-ресурсы

1. www.urait.ru - образовательная платформа «Юрайт».
2. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотека онлайн.
3. <https://e.lanbook.com/> электронно-библиотечная система «Лань».
4. <http://www.ibooks.ru/> - ЭБС «Айбукс» – электронная библиотечная система.
5. <http://mediabitch.ru/> - независимый журнал о PR.
6. <http://www.prjournal.ru/> - Практический журнал о PR.
7. <https://www.mediasphera.ru/> - электронный журнал «Медиафера».
8. <http://mic.org.ru/> - сетевое научно-образовательное издание Медиа. Информация. Коммуникация (MIC).

8.5. Иные источники

Использование не предполагается.

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Алтайский филиал РАНХиГС имеет комплексное современное материально-техническое оснащение, призванное поддерживать разные форматы обучения и позволяющее кардинально трансформировать учебный процесс, выходя далеко за пределы традиционной лекционной модели. Филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, лабораторных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещениями для самостоятельной работы студентов, а также специализированными помещениями, такими как электронный зал для самостоятельной работы компьютерный класс аудитория для проведения тренингов.

Оснащение учебных аудиторий и иных помещений в Алтайском филиале РАНХиГС представлено современными технологиями и оборудованием, включая интерактивные панели и доски, системы видеоконференцсвязи, звуковое оборудование и высокоскоростной Wi-Fi, проекторы или ЖК-панели, а также удобную и эргономичную мебель. Все учебные аудитории оснащены компьютерным оборудованием и лицензионным программным обеспечением.

При реализации дисциплины Б1.О.07 Основы взаимодействия со СМИ и технологии конструирования контента используются следующее программное обеспечение и информационно-справочные системы:

Программное обеспечение

Наименование	Аудитория	Описание
Kaspersky Endpoint Security	все	Антивирусная система для централизованной защиты рабочих станций, мобильных устройств и файловых серверов от интернет-угроз, троянских программ, шпионского и рекламного программного обеспечения.
Microsoft Office	все	Офисный пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных и др.
Microsoft Windows	все	Операционная система.
Гарант	все	Справочная информационно-правовая система.
КонсультантПлюс	все	Справочная информационно-правовая система.