

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Филологический факультет

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Пресса и власть**

Кафедра электронных СМИ филологического факультета

Образовательная программа бакалавриата  
**42.03.02 Журналистика**

Направленность (профиль) программы  
**История и теория журналистики**

Форма обучения  
**очная, заочная**

Статус дисциплины:  
входит в часть ОПОП,  
формируемую участниками образовательных отношений

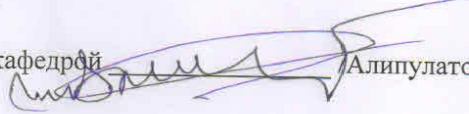
Махачкала, 2022

Рабочая программа дисциплины «Пресса и власть» составлена в 2022 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика от 08.06.2017г. № 524

Разработчик: к.ф.н. доцент кафедры электронных СМИ Алипулатов И.С.

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры электронных СМИ от «18» 02 2022г., протокол № 6.

Зав. кафедрой  Алипулатов И.С./

на заседании Методической комиссии филологического факультета от «13» марта 2022г., протокол № 7.

Председатель  /Горбанева А. Н./

(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «31» 03 2022г. \_\_\_\_\_

Начальник УМУ  Гасангаджиев А.Г.

## Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Пресса и власть» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.02. – Журналистика. Дисциплина реализуется на филологическом факультете кафедрой электронных СМИ.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете кафедрой электронных СМИ. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением современного информационного пространства, информационного воздействия на властные структуры различного уровня, инструментов и технологий развития взаимоотношений с органами государственной власти, политическими, общественными организациями, а также феномен государственных служб публичных отношений (PR).

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций бакалавров: универсальных – УК-4; общепрофессиональных – ОПК-7; профессиональных – ПК-2.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме: контрольных работ, презентаций, промежуточного контроля.

Объём дисциплины – 3 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий – 108 ч.

### Форма обучения-очная

Се- мест р	Учебные занятия							Форма про- межуточной аттестации
	в том числе							
	все- го	контактная работа обучающего с препод.						
		все го	Из них					
	лек- ции		лабо- ратор- ные зая- тия	Практи- ческие занятия	Консульта- ции	Самостоя- тельная работа студентов, в том числе эк- замен		
	108	40	20		20		36/32	экзамен

### Форма обучения-заочная

Се- местр	Учебные занятия							Форма про- межу- точной ат- тестации
	в том числе:							
	все го	Контактная работа обучающихся с преподавателем						
		все го	Из них					
	лек- ции		Лабора- торные занятия	Практи- ческие занятия	Консуль- тации	Самостоя- тельная ра- бота сту- дентов, в том числе экзамен		
	108	16	8		8		83/9	экзамен

### 1. Цели освоения дисциплины

Цель курса «Пресса и власть» - формирование научного и профессионального представления о политических, государственных, правительственных коммуникациях; анализ взаимоотношений прессы с органами государственной власти, ее воздействия на властные структуры различного уровня.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Пресса и власть» входит в вариативную часть. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения следующих дисциплин: «Основы теории коммуникации», «Политология», «PR – службы», «Интернет-журналистика», «Современный медиа-текст», «Журналистика как социокультурный феномен».

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов в обучении)

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного(ых) языка(ов).	Знает: систему норм русского и иностранного языков. Умеет: использовать свои знания в профессиональной деятельности. Владеет: способностью использовать свои знания в профессиональной деятельности	Устный опрос,
	УК-4.2. Демонстрирует навыки ведения деловой коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах), способы установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной среды	Знает: навыки ведения деловой коммуникации в устной и письменной формах. Умеет: вести деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах) Владеет: способами установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной среды	

<p><b>ОПК-7.</b> Способен учитывать эффекты и последствия</p>	<p><b>ОПК-7.1.</b> Знает ценовые принципы социальной ответственности, типовые эффекты последствия профессиональной деятельности</p>	<p>Знает: ценовые принципы социальной ответственности, типовые эффекты          Умеет: учитывать ценовые принципы социальной ответственности          Владеет: навыками использования знаний ценовых принципов и типовых эффектов в своей профессиональной деятельности</p>	<p>доклад</p>
<p><b>ПК-2.</b> Способен организовать процесс создания журналистского текста и (или) продукта</p>	<p><b>ПК-2.1.</b> Придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта</p>	<p>Знает: график создания журналистского текста          Умеет: придерживаться графика создания журналистского текста          Владеет: навыком придерживаться графика создания журналистского текста</p>	<p>Устный опрос</p>
	<p><b>ПК-2.2.</b> Распределяет свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами</p>	<p>Знает: свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами          Умеет: распределять свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами          Владеет: способностью свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами</p>	

#### 4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа.



				Лекции	Практ. занятия	Сам. работа	
1	Государственные и правительственные коммуникации			2	2	20	Устный опрос
2	Профессиональная этика и корпоративная культура служб по связям с общественностью в органах государственной власти			2	2	20	Устный опрос. Подготовка доклада
	<b>Итого</b>			4	4	40	
3	Общественное мнение как объект государственных GR. Формирование и управлением имиджем социального субъекта			2	2	20	Устный опрос
4	Связи с общественностью в условиях чрезвычайных и кризисных ситуаций. Связи с общественностью в системе судебной власти РФ			2	2	23	Устный опрос.
	<b>Итого</b>			4	4	43	
	<b>Модуль 3. Подготовка к экзамену</b>					9	
	<b>Итого</b>			8	8	83/9	

#### 4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

##### **Модуль I. Связи с общественностью в системе государственной власти и управления** **Тема 1. Государственные и правительственные коммуникации**

Государственные и правительственные коммуникации: определение понятия. GR – связи с органами государственной власти: проблема двойственности понимания. Основные теоретические и практические подходы к пониманию сути связей с общественностью в органах государственной власти. Многообразие и проблемы коммуникативных взаимоотношений государства и общества. Анализ соотношений PR и GR. Краткая история становления политических и государственных связей с общественностью. Обзор их современного состояния.

##### **Тема 2. Профессиональная этика и корпоративная культура служб по связям с общественностью в органах государственной власти**

Стандарты профессиональной квалификации и критерии профессиональной культуры специалиста качества в области представления PR-услуг и персональных навыков работников PR-служб. Профессионально-этический комплекс PR-специалиста на государственном предприятии или в государственной организации. Соотношение этического кодекса PR-специалиста с профессиональной этикой работника государственных служб.

Организационные модели, особенности правового статуса. Анализ опыта работы государственных PR-служб. Координация деятельности PR-служб государственных структур и организаций.

## **Модуль II. Общественное мнение как субъект государственных GR**

### **Тема 3. Общественное мнение как субъект государственных GR. Формирование и управление имиджем социального субъекта**

Понятие, структура, закономерности формирования общественного мнения. Социально-психологические основы и методы управления общественным мнением в PR. Технологии формирования позитивного общественного мнения в отношении решений и проектов органов государственной власти. Специфика – продвижение идей в форме национальных проектов, целевых, федеральных и региональных программ, их информационно-коммуникативное обеспечение.

Репутационный имидж государственной структуры: понятие, функции и структура. Логика и этапы конструирования имиджа. PR-средства и технологии в имидж-мейкинге. Анализ ситуации по вопросам формирования имиджа города, региона, управления репутацией социального субъекта.

### **Тема 4. Связи с общественностью в условиях чрезвычайных и кризисных ситуаций. Связи с общественностью в системе судебной власти Российской Федерации**

Содержание и классификация чрезвычайных(кризисных) ситуаций. Понятие чрезвычайного положения (ситуации). Чрезвычайное положение (ЧП) и кризис с позиций государственного органа. Структура кризиса. Подготовка к чрезвычайной ситуации. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса и ЧП. Правила поведения работника госструктуры в условиях ЧП. Алгоритмы и принципы кризисной государственной коммуникации. Средства оптимизации коммуникационной сферы базисного субъекта PR во время кризиса и после него.

Значение деятельности по связям с общественностью в судебной системе. Концепция информационной политики судебной системы. Интересы судебной системы РФ в информационной сфере и их обеспечение. Структурирование подразделений, осуществляющих работу в информационной сфере. Реализация единых принципов в работе по взаимодействию со средствами массовой информации. Создание собственных информационных ресурсов и СМИ судебной системы. Нормативно-правовое регулирование взаимоотношений судов и СМИ. Координация информационной работы судебной системы, осуществляемой уполномоченными к этому органами и службами. Проблемы взаимоотношений судов и СМИ.

#### **4.4. Темы практических занятий**

Программа курса предусматривает проведение практических занятий для закрепления знаний, полученных в ходе лекционного курса и помощи студентам в предстоящей им самостоятельной работе. Цель практических занятий – помочь студентам в освоении лекционного материала, научить их анализировать материалы СМИ, выработать определенные навыки. На занятиях используются также активные и интерактивные формы: монологические и диалогические формы, свободно организованные «ролевые игры», деловые игры.

## **Модуль I. Связи с общественностью в системе государственной власти и управления**

### **Тема 1. Государственные и правительственные коммуникации**

#### **Вопросы к теме:**

1. Государственные и правительственные коммуникации.
2. GR-связи с органами государственной власти.
3. Основные теоретические и практические подходы к пониманию сути связей с общественностью в органах государственной власти.
4. Проблемы коммуникативных взаимоотношений государства и общества.
5. Анализ соотношений PR и GR.
6. История становления политических и государственных связей с общественностью.



### **Рекомендуемая литература:**

1. Борисов Б.Л. Технология рекламы и паблик рилейшнз. – М., 2011.
2. Вырщиков А.Н. Власть и общество: проблемы взаимодействия. – Волгоград, 2011.
3. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под ред. В.С. Комаровского. – М., 2011.
4. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – М., 2008.
5. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. – М., 2010.
6. Березняков Д.В. Управление общественными отношениями (паблик рилейшнз). - Новосибирск, 2002.
7. Варустин Л.Э. Пресса и власть. – СПб., 1995.

### **Тема 2. Профессиональная этика и корпоративная культура служб по связям с общественностью в органах государственной власти.**

#### **Вопросы к теме:**

1. Стандарты профессиональной квалификации и критерии профессиональной культуры специалиста в сфере связей с общественностью.
2. Стандарты качества в области представления PR-услуг и персональных навыков работников PR-служб.
3. Профессионально-этический комплекс PR-специалиста в государственной организации.
4. Этический кодекс PR-специалиста и его соотношение с профессиональной этикой работника государственных служб.
5. Организационные модели, особенности правового статуса. Анализ опыта работы государств
6. Координация деятельности PR-служб государственных структур и организаций.

### **Рекомендуемая литература:**

1. Вырщиков А.Н. Власть и общество: проблемы взаимодействия. – Волгоград, 2011.
2. Прозоров В.В. Власть и свобода журналистики. – М., 2012.
3. Иванченко Г.В. Реальность Паблик рилейшнз. – М., 2005.
4. Игнатъев Д.И. Настольная энциклопедия PublicRelations. – М., 2002.
5. Связи с общественностью в политике. – СПб, 2000.
6. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. – М., 2002.
7. Федотова Л.Н. Общественное мнение и журналистика. – М., 2011.

### **Модуль II. Общественное мнение как субъект государственных GR.**

#### **Тема 3. Общественное мнение как субъект государственных GR. Формирование и управление имиджем социального субъекта**

#### **Вопросы к теме:**

1. Понятие, структура, закономерности формирования общественного мнения.
2. Социально-психологические основы и методы управления общественным мнением в PR.
3. Технология формирования позитивного общественного мнения в отношении решений и проектов органов государственной власти.
4. Специфика PR-продвижения идей в форме национальных проектов, федеральных и региональных программ, их информационно-коммуникативное обеспечение.
5. Понятие, функции, система репутационного имиджа государственной структуры.
6. Анализ ситуации по вопросам формирования имиджа города, региона, управления репутацией социального субъекта.

### **Рекомендуемая литература:**

1. Алёшина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров. – М., 2012.
2. Березняков Д.В. Управление общественными отношениями (паблик рилейшнз). - Новосибирск, 2002.

3. Борисов Б.Л. Технология рекламы и паблик рилейшнз. – М., 2011.
4. Вырщиков А.Н. Власть и общество: проблемы взаимодействия. – Волгоград, 2011.
5. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под ред. В.С. Комаровского. – М., 2011.
6. Поченцов Г.Г. Медиа. Теория массовых коммуникаций. – М., 2011.
7. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – М., 2008.
8. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. – М., 2011.

**Тема 4. Связи с общественностью в условиях чрезвычайных и кризисных ситуаций.  
Связи с общественностью в системе судебной власти Российской Федерации**

**Вопросы к теме:**

1. Понятие и классификация чрезвычайных (кризисных) ситуаций.
2. Чрезвычайное положение (ситуация) и кризис с позиций государственного органа. Структура кризиса.
3. Работа с аудиторией в условиях кризиса и ЧП. Правила поведения работника госструктуры в условиях ЧП.
4. Алгоритмы и принципы кризисной государственной коммуникации.
5. Связи с общественностью в судебной системе. Концепция информационной политики судебной системы.
6. Собственные информационные ресурсы и СМИ судебной системы. Нормативно-правовое регулирование взаимоотношений судов и СМИ.

**Рекомендуемая литература:**

1. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под ред. В.С. Комаровского. – М., 2011.
2. Пузанова Н.Н. Пресса и власть: проблемы взаимодействия. – М., 2010.
3. Тучков С.М. Связи с общественностью в политических, государственных и муниципальных организациях. – М., 2011.
4. Федотова Л.Н. Общественное мнение и журналистика. – М., 2011.
5. Варустин Л.Э. Пресса и власть. – СПб., 1995.
6. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. – М., 2004.
7. Паблик рилейшнз: политические аспекты. Хрестоматия. – Барнаул. 1999.
8. Связи с общественностью в политике. – СПб, 2000.

**Самостоятельная работа студентов**

Написание творческих работ по предложенным темам.

Анализ периодических изданий, передач ТВ и радиовещания на предмет анализа отражения взаимоотношений власти и СМИ.

Подготовка рефератов.

Анализ государственного законодательства, регулирующего взаимоотношения средств массовой информации с органами государственной власти.

**5. Образовательные технологии**

Преподавание дисциплины сочетает лекции и семинарские занятия в виде разбора кейсов. Предполагается проведение деловых игр, разбор конкретных ситуаций, разные тренинги в сочетании с внеаудиторной работой и целью формирования и развития профессиональных навыков магистрантов. В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с журналистами республиканских СМИ, государственных и общественных организаций.

**6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

Самостоятельная работа является составной частью процесса качественного и полного усвоения учебной программы по курсу и тесно связано с лекционными и практическими занятиями. В ходе самостоятельной работы магистранты изучают менее трудные темы и вопросы, которые с достаточной степенью глубины и полноты освещены в соответствующих учебниках, учебных пособиях, монографиях и учебных статьях.

При проработке конкретной темы бакалавру необходимо прочесть первоисточники, уяснить авторскую концепцию, систему аргументации и структуры материала, после чего делать конспект полученной информации в виде кратких тезисов. Следует также сопоставить полученные в результате самостоятельной работы знания с содержанием аудиторных занятий.

Вопросы по темам самостоятельной работы включаются в материалы рубежного контроля в соответствующем модуле, а также в итоговой тестирование по учебному курсу.

При подготовке к сдаче модульных контрольных работ бакалавру необходимо тщательно повторить весь материал курса, изученный в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы, свободно ориентироваться в словаре терминов, уметь системно и комплексно анализировать основные направления деятельности и по связям с общественностью в государственных учреждениях, основные направления и формы деятельности профессиональных и общественных организаций с органами государственной власти.

## **7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины.**

### **7.1. Типовые контрольные задания**

#### **Подготовка доклада**

- |   |   |                        |        |
|---|---|------------------------|--------|
| 1 | Специфика формирования имиджа государственных структур в СМИ  | Подготовка доклада     |        |
| 2 | Особенности отражения деятельности органов государственной власти в прессе                                    | Подготовка доклада     |        |
| 3 | Анализ опыта работы государственных PR-служб (на примере одного из органов государственной власти)            | Подготовка презентации | слайд- |
| 4 | Государственные органы Республики Дагестан: особенности формирования имиджа через СМИ в общественном сознании | Подготовка доклада     |        |

#### **Контрольные вопросы по экзамену**

1. Государственные и правительственные коммуникации: определение понятия.
2. GR – связи с органами государственной власти.
3. Соотношение PR и GR.
4. Становление политических и государственных связей с общественностью.
5. Деятельность PR-служб государственных структур и организаций.
6. Закономерности формирования общественного мнения.
7. Методы управления общественным мнением в PR.
8. Технологии формирования позитивного общественного мнения в отношении решений и проектов органов государственной власти.
9. Понятие репутационного имиджа государственной структуры.
10. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса и ЧП. Правила поведения работника госструктуры в условиях ЧП.
11. Принципы кризисной государственной коммуникации.
12. Концепция информационной политики судебной системы.

### **7.2. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций**

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля 30% и промежуточного контроля 70%

Текущий контроль по дисциплине включает:

1. посещение занятий-1 балл
2. участие в практических занятиях-5 баллов
3. выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ-10 баллов

Промежуточный контроль по дисциплине включает: письменный опрос-70 баллов

### **Критерии оценки доклада:**

Оценка «отлично» ставится, если доклад чётко выстроен, сопровождается иллюстративным материалом, рассказывается. Докладчик отвечает на вопросы. Использует общенаучные и специальные термины. Доклад оформлен.

Оценка «хорошо» ставится, если доклад имеет чёткое построение; демонстрационный материал, используемый в докладе, хорошо оформлен, но есть неточности. Докладчик не всегда чётко отвечает на вопросы; использует общенаучные и специальные термины; рассказывает, но не объясняет суть работы.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если доклад не имеет чёткой структуры; представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был неграмотно оформлен. Докладчик не может ответить на большинство вопросов. Текст доклада зачитывается.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если доклад не имеет чёткой структуры; демонстрационный материал не представлен. Докладчик не отвечает на вопросы. Не владеет общенаучными и специальными терминами

### **Критерии оценки:**

Оценка «отлично» (86–100 баллов) ставится, если студент:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «хорошо» (66–85 баллов) ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» (51–65 баллов) ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного вопроса, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

Оценка «неудовлетворительно» (0–50 баллов) ставится, если студент обнаруживает незнание ответа на соответствующий вопрос, допускает ошибки в формулировке определений, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «неудовлетворительно» отмечает такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

Образовательный портал ДГУ Алипулатов И.С. <http://edu.dgu.ru/user/profile>

.Электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 — . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> . — Яз. рус., англ.

**А) Основная литература:**

1. Алёшина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров. — М., 2012.
2. Антипов К.В., Баженов Ю.К. Паблик рилейшнз. — М., 2013.
3. Борисов Б.Л. Технология рекламы и паблик рилейшнз. — М., 2011.
4. Вырщиков А.Н. Власть и общество: проблемы взаимодействия. — Волгоград, 2011.
5. Горьков В.М., Комаровский В.С. Связь с общественностью в органах государственной власти. — М., 2012.
6. Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение. — М., 2011.
7. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. — М., 2010.
8. Сибрук Д. Культура маркетинга. Маркетинг культуры. — М., 2012.
9. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под ред. В.С. Комаровского. — М., 2011.

**Б) дополнительная литература:**

1. Ненашев М.Р. Иллюзия свободы. Российские СМИ в эпоху перемен (1985-2009). — М., 2010.
2. Прозоров В.В. Власть и свобода журналистики. — М., 2012.
3. Поченцов Г.Г. Медиа. Теория массовых коммуникаций. — М., 2011.
4. Пузанова Н.Н. Пресса и власть: проблемы взаимодействия. — М., 2010.
5. Романов А.А., Васильев Г.А. Массовые коммуникации. — М., 2010.
6. Тучков С.М. Связи с общественностью в политических, государственных и муниципальных организациях. — М., 2011.
7. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. — М., 2008.
8. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. — М., 2010.
9. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. — М., 2011.
10. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. — М., 2011.
11. Шубкин В.Н. Социология и общество: научное познание и этика науки. — М., 2010.
12. Федотова Л.Н. Общественное мнение и журналистика. — М., 2011.
13. Энциклопедия мировой индустрии СМИ. — М., 2014.
14. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. — М., 2005.
15. Барт Р. Мифологии. — М., 1996.
16. Березняков Д.В. Управление общественными отношениями (паблик рилейшнз). — Новосибирск, 2002.
17. Варустин Л.Э. Пресса и власть. — СПб., 1995.
18. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном пространстве. — СПб., 2001.
19. 2001.
20. Иванченко Г.В. Реальность Паблик рилейшнз. — М., 2005.
21. Игнатъев Д.И. Настольная энциклопедия PublicRelations. — М., 2002.
22. Лебедева Т.Ю. Паблик рилейшнз. Корпоративная и политическая режиссура. Модели, система ценностей, каналы СМК. — М., 1999.
23. Луман Н. Реальность масс-медиа. — М., 2005.
24. Маклюэн М. Понимание медиа: внешность расширения человека. — М., 2003.
25. Медиа. — М., 2005.
26. Миронов А.С. Раздувай и властвуй: технологии современной «мягкой» пропаганды. — М., 2001.
27. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. — М., 2004.
28. Паблик рилейшнз: политические аспекты. Хрестоматия. — Барнаул. 1999.
29. Связи с общественностью (publicrelations). — Н.Новгород, 2001.

30. Связи с общественностью в политике. – СПб, 2000.
31. Гоффлер Э. Третья волна. – М., 2002.
32. Тюнюкова Е.В. Формирование общественного мнения об организации. – Новосибирск, 2001.
33. Хейвуд Р. Всеобщие Public Relations. – М., 1999.
34. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. – М., 2002.

#### **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины**

1. ИМА – консалтинг: [www.ima-consalting.ru](http://www.ima-consalting.ru)
2. Институт предкризисных исследований: [www.ipi.ru](http://www.ipi.ru)
3. «Имидж-контакт»: [www.image-contact.ru](http://www.image-contact.ru)
4. Международный пресс-клуб: [www.pressclub.host.ru](http://www.pressclub.host.ru)
5. Р.И.М.: [ww.rim.ru](http://ww.rim.ru)
6. Служба PR: [www.prserv.ru](http://www.prserv.ru)
7. Фонд эффективной политики: [www.fep.ru](http://www.fep.ru)
8. Библиотека по PR: [http://presclub.host.ru/PR\\_Lib/PR\\_Rabots.shtm1#B3](http://presclub.host.ru/PR_Lib/PR_Rabots.shtm1#B3)
9. <http://www.sovetnik.ru/documents/> – профессиональный PR-портал.
10. Официальный сайт Правительства РФ <http://www.government.ru>
11. Официальный сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ <http://www.duma.gov.ru>
12. Официальный сайт Конституционного Суда РФ <http://www.ksrf.ru>
13. Официальный сайт Уполномоченного по правам человека РФ <http://ombudsman.gov.ru>

#### **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Самостоятельная работа студентов, предусмотренная данным курсом, включает изучение рекомендуемой литературы. Литература, рекомендованная студентам, имеется в кабинете СМИ при отделении журналистики, а также в библиотеке факультета.

Итогом изучения курса является подготовка необходимого материала по определенной тематике, полученного с использованием различных источников, а также подготовка реферата по одной из предложенных тем, которые соответствуют главным задачам курса. Реферат должен строиться как на углубленном изучении литературы по определенной теме, так и на анализе СМИ.

Итогом изучения курса является подготовка реферата по одной из предложенных тем, которые соответствуют главным задачам курса «Техника и технология СМИ». Реферат должен строиться как на углубленном изучении литературы по определённой теме, так и на анализе материалов СМИ.

Студенты самостоятельно выбирают тему реферата из предложенного списка. На первом этапе студентам необходимо ознакомиться с учебной и другой рекомендованной преподавателем литературой. Одновременно с этим следует подбирать примеры из практики для иллюстрации теоретических положений.

Студент должен получить примерный план, который может быть изменен по усмотрению студента при условии, что вопросы темы будут полностью освещены. После изучения литературы и её осмысления можно приступить к написанию реферата.

При написании реферата необходимо соблюдать следующие требования:

1. Объём реферата 10–12 страниц машинописного текста через 1.5 интервала, шрифт 14.
2. Изучая литературу по выбранной теме, студент должен выделить самое главное, правильно оформить ссылки при цитировании тех или иных авторов.
3. В сносках указывается Ф.И.О. автора, название книги (статьи, газеты), место и год издания, страницы.
4. Титульный лист оформляется согласно имеющимся требованиям

Реферат по курсу предполагает творческое отношение к теме, умение выделить основные проблемы, систематизировать их, обобщить, сделать выводы, связать теорию с практикой.

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Для достижения поставленных образовательных целей применяются следующие информационные технологии :

1. представление учебников и другого печатного материала
2. работа в электронной библиотеке
3. самостоятельная работа с использованием интернет - тренингов
4. электронные (компьютерные) образовательные ресурсы

В процессе самообучения студенты могут использовать печатные издания, электронные учебники и CD –ROM-учебники, различные словари, видеоматериалы и видеоархивы. Электронные библиотеки и базы данных позволят студентам получить дополнительную информацию.

### **12. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

На кафедре имеются необходимые технические средства для просмотра учебных фильмов, передач. На отделении имеется своя мини типография, что дает возможность студентам на практике ознакомиться с процессом печати. Также, на базе кафедры функционирует учебная телестудия, что дает возможность наглядно продемонстрировать технический процесс работы над созданием теле- и радиопередачи.

Компьютерное и мультимедийное оборудование:

1. ноутбук;
2. проектор;
3. экран;
4. флеш-накопитель.

Видео-аудиовизуальные средства:

1. диктофон;
2. магнитофон;
3. видеокамера