Документ подписан квалифицированной электронной подписью
Сертификат: 025B3AE00099B2A2B548158CFF985138BF
Владелец: "АНО ВО ""РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"", АН
Действителен: с 07.03.2025 по 07.06.2026

Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«Российский новый университет»
(АНО ВО «Российский новый университет»)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по качеству
образования и аккредитации
_____ И.В. Дарда
«13» ноября 2023 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«Связи с общественностью и психология коммуникаций»

Объем программы: 72 часа

Москва

1. Общая характеристика программы

1.1. Дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации направлена на совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации, формирование профессиональных компетенций муниципальных служащих, занимающихся вопросами связей с общественностью и взаимодействия со СМИ в целях обновления знаний теоретического и практического характера, необходимых повышению профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

1.2. Нормативно-правовые акты, регламентирующие разработку программы повышения квалификации:

– Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденный приказом Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499;

– Устав Автономной некоммерческой организации высшего образования «Российский новый университет»;

– Приказ Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. N 512 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью" (с изменениями и дополнениями);

– Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 13 августа 2020 г. N 1016 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление" (с изменениями и дополнениями);

– Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 04 августа 2014 г. № 535н;

– Локально - нормативные акты, регламентирующие образовательную деятельность по дополнительным образовательным программам.

1.3. Категория обучающихся: лица, имеющие или получающие высшее, или среднее профессиональное образование.

Срок освоения программы: 72 часа (5 недель)

Режим обучения – не более 5 дней в неделю, не более 2 часов в день.

Форма обучения – заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

Формы аттестации обучающихся: итоговая аттестация в форме зачета.

Документ о квалификации: лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации, образца, установленного АНО ВО «Российский новый университет».

1.5. Требования к поступающему для обучения по программе слушателю:

К освоению программы повышения квалификации допускаются:

– лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;

– лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование

1.6. Цель освоения программы «Связи с общественностью и психология коммуникаций» являются формирование профессиональных компетенций муниципальных служащих, занимающихся вопросами связей с общественностью и взаимодействия со СМИ в целях обновления знаний теоретического и практического характера, необходимых повышению профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

Слушатель, освоивший программу повышения квалификации, в соответствии с целью на которую ориентирована программа, должен быть готов решать следующие **профессиональные задачи:**

1. сформировать теоретические представления о связях с общественностью как философии построения взаимоотношений власти и общества в условиях демократизации политической жизни, развития рыночной экономики на фоне развития глобальных информационных процессов в обществе;
2. выявить особенности связей с общественностью как управленческой технологии, ее место и роль в государственном и муниципальном управлении наряду с другими коммуникативными технологиями;
3. дать представление об основных организационных формах, мероприятиях и технологиях паблик рилейшнз и способствовать овладению их основами;
4. способствовать приобретению и развитию практических умений и навыков в области коммуникативной управленческой деятельности.

2. Планируемые результаты обучения:

Программа повышения квалификации направлена на формирование (совершенствование) следующих профессиональных компетенций:

КОД	Формулировка компетенции
ПК 1	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социальноисторическом, этическом и философском контекстах

ПК 2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ПК 3	Способен к управлению информационными ресурсами, цифровые коммуникации
ПК 4	Способен к организации и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК 5	Способен к участию в проведении исследований в сфере рекламы и связей с общественностью

В результате освоения дополнительной профессиональной программы – программы повышения квалификации, слушатель должен **знать:**

– основы вербальных и невербальных коммуникаций;

– основы построения системы управления общественными отношениями;

– направления взаимодействия участников общественных коммуникаций;

– механизмы организации, планирования и реализации проектов в ГМУ;

– кодексы профессиональных стандартов.

В результате освоения дополнительной профессиональной программы повышения квалификации, слушатель должен **уметь:**

– ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;

– организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;

– анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;

– анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;

– реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями.

В результате освоения дополнительной профессиональной программы повышения квалификации слушатель должен **иметь практический опыт** (**владеть):**

– навыками аналитического, мышления и организаторскими способностями;

– навыками взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с различными общественными институтами, гражданами;

– коммуникативными навыками;

– навыками планирования, программирования и организации пиар-мероприятий.

3. Формы аттестации

Формами аттестации слушателей по программе повышения квалификации являются: промежуточная и итоговая аттестация.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачетов и предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Оценивание результатов формирования компетенций в рамках дисциплины у слушателей осуществляется по промежуточной аттестации.

Итоговая аттестация слушателей по программе повышения квалификации включает итоговый зачет, который проходит в форме тестового задания.

4. Документ об обучении (образовании)

Лицам, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдаётся удостоверение о повышении квалификации.

При освоении дополнительной профессиональной программы параллельно с получением среднего профессионального образования и (или) высшего образования удостоверение о повышении квалификации выдается одновременно с получением соответствующего документа об образовании и о квалификации.

Лицам, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лица освоившим часть дополнительной профессиональной программы и (или) отчисленным из организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому организацией.

5. Учебный план

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы повышения квалификации
«Связи с общественностью и психология коммуникаций»

№п/п	Наименование учебных курсов, дисциплин (модулей) практик	Всего час.	В том числе			Сам. раб	Форма контроля	Формируемые компетенции
			аудит. занят.	лекции	практич. зан.			
1	Основные акты Конституционного права в сфере общественных отношений	10	4	2	2	6	Зачет	ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5
2	Законодательные основы, свобода слова и цензура	10	4	2	2	6	Зачет	ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5
3	Основы психологии коммуникации	10	4	2	2	6	зачет	ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5

4	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	10	6	2	4	4	зачет	ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5
5	Экономический анализ	10	6	2	4	4	зачет	ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5
6	Планирование и бюджетирование	10	6	2	4	4	зачет	ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5
7	Связи с общественностью в маркетинге	10	10	4	6	-		ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5
8	Итоговая аттестация: итоговое тестирование	2	2		2		зачет	ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5
9	Всего	72	42	16	26	30		

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Итоговая аттестация проходит в форме зачета (итоговое тестирование) после освоения всех учебных дисциплин и тем.

Занятия проходят по заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

6. Календарный учебный график

Календарный учебный график – локальный документ, регламентирующий организацию образовательного процесса при реализации программы дополнительного профессионального образования – программы повышения квалификации.

Календарный учебный график разрабатывается и утверждается на каждую учебную группу.

Образовательный период в данной группе начинается по мере ее комплектования.

Первым днем, первой недели обучения, считать день зачисления слушателей на обучение по данной образовательной программе. Количество учебных дней в неделю не может превышать 5 дней. Количество учебных часов в день не может превышать 2 часов. Завершение учебного процесса согласно календарному учебному графику.

Календарный учебный график
Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации
«Связи с общественностью и психология коммуникаций»

Учебные недели/ Наименование учебных курсов, дисциплин (модулей) практик	1	2	3	4	5
Основные акты Конституционного права в сфере общественных отношений	**А - 4**				
Законодательные основы, свобода слова и цензура	**А - 4**				
Основы психологии коммуникации		**А - 4**			
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ		**А - 6**			
Экономический анализ			**А - 6**		
Планирование и бюджетирование			**А - 4**	**А - 2**	
Связи с общественностью в маркетинге				**А - 8**	**А - 2**
Итоговая аттестация: (ЗАЧЕТ)					**ИА - 2**

Условные обозначения:

А – Аудиторное занятие
ИА – Итоговое аттестация
С - Собеседование

Первый день первой учебной недели – 14 ноября 2023 года.

7. Содержание программ дисциплин (рабочие программы учебных курсов, дисциплин (модулей) практик)

Рабочие программы учебных курсов, дисциплин (модулей) практик представлены по каждому учебному курсу, дисциплине (модулю) практике в форме учебно – тематического плана, в котором обозначено содержание данной учебной дисциплины.

Учебно - тематический план: Основные акты Конституционного права в сфере общественных отношений.

Тема(ы) лекционного занятия: Правовое регулирование связей с общественностью.

Тема(ы) практического занятия: Российское законодательство и управление общественными отношениями.

Самостоятельная работа: Зарубежный опыт правого регулирования PR. Российские законы о СМИ, о рекламе, авторских правах, правах потребителя. Российский Кодекс этических принципов связей с общественностью.

Учебно - тематический план: Законодательные основы, свобода слова и цензура.

Тема(ы) лекционного занятия: Конституционное основы свободы массовой информации: свобода мысли, право на информацию и запрет цензуры.

Тема(ы) практического занятия: Система законодательства о СМИ в Российской Федерации: акты Федерации и акты субъектов Федерации. Основные аспекты свободы слова и цензуры.

Самостоятельная работа: Система и компетенция государственных органов, регулирующих осуществление свободы массовой информации. Цензура информации в государственных органах.

Учебно - тематический план: Основы психологии коммуникации.

Тема(ы) лекционного занятия: Введение в психологию общения. Общение как восприятие людьми друг друга. Общение как взаимодействие (интерактивная сторона общения). Общение как обмен информацией (коммуникативная сторона общения).

Тема(ы) практического занятия: Формы делового общения и их характеристика. Конфликт: его сущность и основные характеристики.

Самостоятельная работа: Эмоциональное реагирование в конфликтах и саморегуляция. Формы решения конфликтов на государственной службе. Общие сведения об этической культуре.

Учебно - тематический план: Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.

Тема(ы) лекционного занятия: Основные понятия и виды маркетинговых исследований. Основные понятия, типы маркетинговой информации и источники ее получения.

Тема(ы) практического занятия: Организация и планирование маркетинговых исследований на государственной службе. Сбор маркетинговой информации качественными и количественными методами. Ситуационный анализ.

Самостоятельная работа: Методы анализа маркетинговой информации. Исследование и анализ рынка.

Учебно - тематический план: Экономический анализ.

Тема(ы) лекционного занятия: Теоретические основы государственного регулирования экономики. Регулирование структуры и ресурсного потенциала экономики.

Тема(ы) практического занятия: Регулирование государственного сектора экономики. Регулирование реального сектора экономики и социальной сферы. Регулирование внешнего сектора экономики и валютная политика.

Самостоятельная работа: Сущность, цели, задачи, методы и инструменты государственной социально-экономической политики. Государственные программы социально-экономического развития.

Учебно - тематический план: Планирование и бюджетирование.

Тема(ы) лекционного занятия: Система государственного бюджетирования и планирования. Составные части бюджетирования и планирования. Технология бюджетирования. Муниципальное бюджетирование и планирование. Региональное бюджетирование и планирование. Федеральное бюджетирование и планирование.

Тема(ы) практического занятия: Государственные и муниципальные заимствования и управление государственным долгом. Государственные и муниципальные фонды. Государственная и муниципальная финансовая отчетность.

Самостоятельная работа: Международные стандарты финансовой отчетности. Направления развития и реформирования бюджетирования.

Учебно - тематический план: Связи с общественностью в маркетинге.

Тема(ы) лекционного занятия: Возникновение и эволюция связей с общественностью в органах государственной власти. Функции, структура и основные направления деятельности служб по связям с общественностью. Связи с общественностью в органах государственной власти. Цели и функции служб по связям с общественностью в органах государственной власти. Организационные основы деятельности государственных служб по связям с общественностью. Задачи информационно-аналитического отдела. Задачи отдела по информационным коммуникациям. Задачи отдела по работе с общественными объединениями. Задачи организационно-правового отдела. Работа с политическими партиями, общественными объединениями и органами власти. Потребность в управлении общественными связями в органах государственной власти. Отличия управления общественными отношениями в органах государственной власти. по целям, критериям эффективности, ресурсам от управления общественными отношениями в коммерческом секторе. Целевые аудитории органов государственной власти. Принципы эффективных связей с общественностью в органах государственной власти. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти. Структурные подразделения службы связей с общественностью в органах государственной власти. федерального и регионального уровней и органах местного самоуправления. Положение о PR-службах властных структур. Ресурсы и статус PR-служб.

Тема(ы) практического занятия: Медиарилейшинз: общие принципы взаимодействия служб по связям с общественность со СМИ. Организационные формы взаимодействия органах государственной власти. с СМИ. Структура и принципы организации пресс-

службы федеральных, региональных и местных органов государственной власти. Медиастратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа органов государственной власти. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст. Информационная политика органов государственной власти. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.

8. Организационно – педагогические условия программы

8.1. Материально – технические условия реализации программы.

Реализация программы повышения квалификации осуществляется на материально-технической базе АНО ВО «Российский новый университет», обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий, предусмотренных учебным планом.

Учебный процесс обеспечен учебной аудиторией, соответствующей санитарно-гигиеническим требованиям для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы, хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Помещение укомплектовано мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. Аудитория соответствует нормам освещенности, оснащена системой кондиционирования воздуха.

В учебном помещении имеется необходимая для процесса обучения компьютерная техника, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие содержанию программы, освоению дисциплин (модулей).

Помещение подключено к сети "Интернет", также в нем обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду организации. Рабочее место преподавателя оснащено web-камерой с микрофоном и гарнитурой, необходимой для работы в MS Skype.

8.2.Учебно – методическое и информационное обеспечение программы

Слушателям предоставляется бесплатный доступ к ресурсам электронной информационно-образовательной среды на сайте Института. Каждый слушатель во время самостоятельной подготовки обеспечивается рабочим местом в компьютерном классе или через выход в Интернет получает доступ к использованию электронных изданий, в соответствии с объемом изучаемых дисциплин.

Каждый слушатель на время занятий обеспечивается комплектом учебно-методических материалов, содержащим электронные и печатные информационные разработки, учебные видеофильмы.

8.3.Кадровое обеспечение образовательного процесса.

Реализация программы обеспечивается квалифицированными научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины и систематически занимающимися научной и научно-методической деятельностью.

К реализации программы такие преподаватели как: Кравцов Олег Игоревич, Жилина Надежда Николаевна, Патлусов Дмитрий Геннадьевич и Гатина Эльвира Арслановна.

9. Контроль и оценка результатов освоения программы

9.1.Формы аттестации

Завершается освоение программы повышения квалификации итоговой аттестацией обучающихся в форме итогового зачета в виде тестирования.

9.2.Оценочные средства

Критерии оценивания итоговой аттестации:

Оценка «зачтено» ставится, если:

- ответы на вопросы носят проблемный характер, при раскрытии особенностей развития тех или иных профессиональных идей, а также описании профессиональной деятельности используются материалы современных пособий и первоисточников;
- в ответе используется терминология, соответствующая конкретному периоду развития теории и практики профессиональной деятельности, где определение того или иного понятия формулируется без знания контекста его развития в системе профессионального понятийного аппарата;
- ответы на вопрос имеют логически выстроенный характер;
- имеется личная точка зрения слушателя, основанная на фактическом и проблемном материале, приобретенном на лекционных, семинарских, практических занятиях и в результате самостоятельной работы.

Оценка «не зачтено» ставится, если:

- в ответе обнаруживается отсутствие владения материалом в объёме изучаемой дисциплины;
- в ответе на вопросы не дается трактовка основных понятий, при их употреблении;

- ответы на вопросы не имеют логически выстроенного характера, не используются такие мыслительные операции как сравнение, анализ и обобщение.

Примеры контрольных вопросов к итоговому тестированию:

Примеры вопросов к тестированию:

1. Формирование общенациональной политики, продвижение национальных программ:

1) PR-партии

2) GR «Government Relations»

3) само –PR

4) государственный PR

2. Органы местного самоуправления (муниципальные) в систему органов государственной власти:

1) не входят

2) входят

3) частично входят

4) частично не входят

3. В основе событийного PR лежит:

1) новость

2) забытое событие

3) черный PR

4) сенсация

4. Основным назначением службы по связям с общественностью в органах власти является достижение:

1) высокой общественной репутации

2) низкого уровня общественного сознания

3) высокого общественного порицания

4) высокого уровня общественного сознания

5. Гражданское общество по отношению к государственным структурам существует:

1) вне рамок государственных структур

2) полностью подчинено

3) в рамках государственных структур

4) в реверсивных отношениях

6. Основные функции Правительственной комиссии в сфере построения системы «Открытое правительство» являются:

1) организация выборов, работа с кандидатами

2) организация подлинных мероприятий, учет предложений

3) организация общественной экспертизы нормативных правовых актов органов власти, рассмотрение предложений

4) организация специальных мероприятий, учет предложений

7. Для рассмотрения инициативы органом государственной власти на муниципальном уровне, необходимо чтоб она набрала количество голосов от численности населения, зарегистрированного на территории:

1) не менее 10 процентов

2) не менее 1 тысячи

3) не менее 100 тысяч

4) не менее 5 процентов

8. Имидж носит характер:

1) подписной

2) общий

3) стереотипный

4) частный

9. Стратегическим процессом коммуникации, которая строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией являются:

1) связи с органами власти

2) разведывательная деятельность

3) связи с общественностью

4) политические связи

10. Для участия граждан в принятии государственных решений создан федеральный интернет-портал:

1) Российская общественная инициатива

2) Пенсионных накоплений

3) бесплатных игр

4) Государственных услуг

11. Осуществление связей с общественностью в органах власти полностью зависит от:

1) особенностей государственной структуры

2) внутренней политики

3) внешней политики

12. Специализированная многофункциональная деятельность органов власти по организации и обеспечению отношений, направленных на содействие государству, создание благоприятного имиджа, налаживание обратной связи посредством элементов убеждения и влияния:

1) политические связи

2) разведывательная деятельность

3) связи с общественностью

4) связи с органами власти

13. Постояннодействующим координирующим органом Открытого правительства является:

1) Генеральный прокурор

2) Объединенный разведывательный комитет

3) Правительственная комиссия

4) Экспертный центр

14. Каждый орган государственного управления имеет свои подразделения, осуществляющие социальные взаимодействия — это:

1) служба связей с общественностью

2) служба доставки

3) сервисная служба

4) служба занятости

15. Проведением экспертизы социально-значимых решений органов власти в системе «Открытое правительство» занимается:

1) органы местного самоуправления

2) Экспертный совет

3) органы государственной власти РФ

4) Министр Российской Федерации

16. PR-это использование информации для влияния на:

1) общественное мнение

2) государственные органы власти

3) средства массовой информации

4) покупателей

17. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества?

1) с начала XVIII века

2) с начала XIX века

3) **с начала XX века**

4) с начала XXI века

18. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?

1) информация

2) законодательные акты

3) коммерческие организации

4) подручные средства.

19. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?

1) Деном Форрестолом

2) **Томасом Джефферсоном**

3) Джоржем Бушем младшим

4) Семом Блейком

20. Что является главной целью PR?

1) **изменение общественного мнения**

2) повышение уровня продаж

3) доведение информации до потребителей

4) повышение рейтинга компании

21. Что является объектом PR?

1) **средства массовой информации**

2) общество

3) информация

4) коммерческие организации

22. Что из перечисленного ниже не является субъектом PR?

1) религиозные организации

2) **общество**

3) органы государственной власти

4) бизнес организации

23. Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:

1) формирование имиджа

2) изучение общественного мнения

3) анализ экономический деятельности предприятия

4) **исследование отношений в организации**

24. Какая модель информационной политики не существует:

1) тоталитарная

2) **релятивисткая**

3) дисциплинарная

4) диалоговая

25. Какая задача из перечисленных ниже не является задачей государственной информационной политики?

1) формирование общенациональных ценностей

2) модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры

3) удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения

4) **создание новых рабочих мест**

26. Что из перечисленного не относится к этапам планирования PR акции?

1) определение проблемы

2) планирование программы

3) **оценка программы**

4) интерпретация общественного мнения

5) осуществление коммуникаций

27. PR – это (выберите единственное верное определение)

1) оповещение населения о лицах, товарах, услугах с целью создания популярности и соответственно спроса и высокого рейтинга.

2) формирование и поддержание отношений с правительством с целью воздействия на законодательную деятельность

3) **особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью**

4. деятельность организации (личности) по достижению роста известности, популярности с помощью распространения различного рода информации

28. Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются:

1) средства связи

2) **средства массовой информации**

3) службы PR

4) общественность

29. Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации:

1) телевидение

2) **филиалы организации на местах**

3) телеграфное агентство

4) радио

30. Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе:

1) новостной релиз

2) пресс-релиз

3) **стрингер**

4) медиа-кит