

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 29.04.2021 10:22:44

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b1300a095d5726b159b7b0b4f865ae63b96a966c033

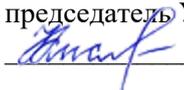
МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный социально-педагогический университет»

Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УМР и КО,
председатель УМС СГСПУ

 Н.Н. Кислова

Медиариелейшнз

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Журналистики	
Учебный план	ФФ-б20ТСз(4гбм).plx Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»	
Квалификация	бакалавр	
Форма обучения	заочная	
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах: экзамены 7
в том числе:		
аудиторные занятия	14	
самостоятельная работа	85	
часы на контроль	9	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	7(4.1)		Итого	
	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Консультация перед экзаменом	2	2	2	2
В том числе инт.	4	4	4	4
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	85	85	85	85
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	108	108	108	108

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программа дисциплины «Медиарилейшнз»

Программу составил(и):

Т.В. Болдырева

При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

Рабочая программа дисциплины

Медиарилейшнз

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

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

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»

утвержденного учёным советом вуза от 30.08.2019 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Журналистики

Протокол от 27.08.2019 г. №1

Зав. кафедрой Борщева Н.Н.

Начальник УОП



Н.А. Доманина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целью дисциплины является знакомство студентов с современной системой медиарилейшнз, их спецификой и особенностями функционирования, а также формирование практических навыков делового общения специалиста, выполняющего пресс-функцию в организации, как с представителями СМИ всех видов и уровней, так и в контексте внутрикорпоративных коммуникаций.

Задачи изучения дисциплины направлены на формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций, а также готовности к организационно-управленческому, рыночно-исследовательскому и прогнозно-аналитическому видам деятельности.

В области организационно-управленческой деятельности задачи дисциплины направлены на формирование навыков подготовки и публикации материалов об организации, способствующих созданию ее положительного медиаобраза. В области рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности задача дисциплины – сформировать умение планировать и координировать деятельность подразделения, отвечающего за связи организации со СМИ, а также оценивать результаты деятельности такого подразделения.

Область профессиональной деятельности: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.В

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Жанры рекламных и PR-текстов

Теория и практика связей с общественностью

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Производственная практика (преддипломная практика)

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

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Владеет навыками создания MR-материалов (написание статей, сценариев, ведение колонки) в целях приращения публичного капитала)

ПК-1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

Знает информационную политику региональных СМИ;
Владеет навыками анализа информационного пространства

ПК-1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Умеет выявлять актуальные события в деятельности организации и новые точки зрения на эти события

ПК-1.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде

Знает задачи и принципы организации медиарилейшнз как части публич рилейшнз;
Умеет координировать действия подразделения по связям с прессой с работой организации в целом

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Общие принципы и задачи медиарилейшнз			
1.1	Основные задачи медиарилейшнз и принципы организации /Лек/	7	0,5	0
1.2	Основные задачи медиарилейшнз и принципы организации /Ср/	7	8	0
1.3	Типология современных СМИ /Лек/	7	0	0

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»

Рабочая программ дисциплины «Медиаарилейшнз»

1.4	Типология современных СМИ /Пр/	7	1	1
1.5	Типология современных СМИ /Ср/	7	8	0
1.6	Новые медиаарилейшнз в пространстве конвергентных СМИ и социальных сетей /Лек/	7	0,5	1
1.7	Новые медиаарилейшнз в пространстве конвергентных СМИ и социальных сетей /Пр/	7	1	1
1.8	Новые медиаарилейшнз в пространстве конвергентных СМИ и социальных сетей /Ср/	7	8	0
1.9	Установление доверительных отношений со СМИ и работа с негативными материалами /Лек/	7	0,5	0
1.10	Установление доверительных отношений со СМИ и работа с негативными материалами /Ср/	7	9	0
1.11	Правовые и административные механизмы регулирования медийного контента /Лек/	7	0,5	0
1.12	Правовые и административные механизмы регулирования медийного контента /Ср/	7	8	0
	Раздел 2. Новостное производство и смысловое позиционирование информационных материалов			
2.1	Создание информационного потока и управление им: make story /Лек/	7	0,5	0
2.2	Создание информационного потока и управление им: make story /Пр/	7	1	1
2.3	Создание информационного потока и управление им: make story /Ср/	7	8	0
2.4	Смыслообразование в текстах для СМИ: make sence /Лек/	7	0,5	0
2.5	Смыслообразование в текстах для СМИ: make sence /Пр/	7	1	0
2.6	Смыслообразование в текстах для СМИ: make sence /Ср/	7	8	0
2.7	Особенности MR-текстов и общие требования к их подготовке /Лек/	7	0	0
2.8	Особенности MR-текстов и общие требования к их подготовке /Пр/	7	2	1
2.9	Особенности MR-текстов и общие требования к их подготовке /Ср/	7	10	0
	Раздел 3. Специальные события для СМИ и других групп. Создание медийного резонанса			
3.1	Традиционные мероприятия для СМИ /Лек/	7	0,5	0
3.2	Традиционные мероприятия для СМИ /Пр/	7	1	0
3.3	Традиционные мероприятия для СМИ /Ср/	7	10	0
3.4	Специфика проведения специальных мероприятий для новых медиа /Лек/	7	0,5	0
3.5	Специфика проведения специальных мероприятий для новых медиа /Пр/	7	1	0
3.6	Специфика проведения специальных мероприятий для новых медиа /Ср/	7	8	0
3.7	Консультация перед экзаменом /КонсЭ/	7	2	0

5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

1. Общие принципы и задачи медиарилейшнз

1.1. Основные задачи медиарилейшнз и принципы организации

Понятие «медиарилейшнз», его место в интегрированных маркетинговых коммуникациях коммерческой организации и публичных коммуникациях субъектов власти. Медийный образ и медийный капитал.

1.2. Типология современных СМИ.

Типы СМИ по признакам массовости, аудиторной направленности, ареалу распространения, форме собственности и каналу распространения. Конвергентные СМИ. Изменения в производстве контента и измерениях информационного поля.

1.3. Новые медиарилейшнз в пространстве конвергентных СМИ и социальных сетей Web 1.0: создание, продвижение, насыщение интернет-сайтов. Web 2.0: активная, интерактивная, многосторонняя коммуникация. Web 3.0: «полуавтоматический» анализ, инновационные системы формирования контента и рекомендательные сервисы.

1.4. Установление доверительных отношений со СМИ и работа с негативными материалами Способы привлечения журналистов в пул. Медиа-карта как инструмент медиарилейшнз. Типы критических материалов. Методы реагирования на появление критических материалов. Оперативность реагирования. Методы профилактики появления критических материалов. Влияние критических материалов СМИ на характер внутренних коммуникаций

1.5. Правовые и административные механизмы регулирования медийного контента Правовое регулирование информации, предназначенной для публичного распространения. Механизмы и способы административного влияния на медиапространство.

2. Новостное производство и смысловое позиционирование информационных материалов

2.1. Создание информационного потока и управление им: make story Спин-доктор. Понятие «новость» и ее значимость для СМИ и пресс-службы. «Hard news» и «soft news». Приемы создания и усиления новостей.

2.2. Смыслообразование в текстах для СМИ: make sence Создание новости и контекста. Формы подачи информации: эксклюзив, сенсация, интрига, провокация, информационная война.

2.3. Особенности MR-текстов и общие требования к их подготовке MR-тексты и журналистские материалы. MR-тексты и реклама. Общие правила подготовки MR-текстов. Материалы для непосредственной публикации: информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий.

3. Специальные события для СМИ и других групп. Создание медийного резонанса

3.1. Традиционные мероприятия для СМИ Пресс-конференции и брифинги: планирование и оповещение, встреча ньюсмейкеров, начало пресс-конференции, после пресс-конференции. презентация. Пресс-тур. Клубный вечер (party). Круглый стол. Конкурс.

3.2. Специфика проведения специальных мероприятий для новых медиа Особенности работы MR-специалиста по подготовке контента для новых медиа. Измерения информационного поля. Организация и проведения мероприятий для СМИ в условиях новых медиарилейшнз. Интернет-конференции, работа с блогерами.

Примерные планы практических занятий

Модуль 1 «Общие принципы и задачи медиарилейшнз»

Практическое занятие №1

Типология современных СМИ

Домашнее задание:

Проанализировать различные подходы к типологии СМИ.

Аудиторная работа:

Составление медиа-карты традиционных региональных СМИ, разделенных по типу издания (качественные, массовые, городские, районные и т.д.) и полной контактной информацией о них. Выделение в нем красного списка для конкретной организации или человека (политика, бизнесмена, деятеля культуры).

По каждому СМИ указываются следующие параметры: рейтинг, реальный тираж и состав аудитории, периодичность выхода (канал и время выхода – для аудиовизуальных СМИ). Реальным тиражом называется количество распроданных (разосланных по подписке) номеров, которое может отличаться от указанного в выходных данных.

Внутренняя структура редакции – имена и контактные данные главного редактора, редакторов отделов, ключевых корреспондентов, предпочитаемая тематика материалов.

Практическое занятие №2

Новые медиарилейшнз в пространстве конвергентных СМИ и социальных сетей

Домашнее задание:

Подготовить в форме электронной презентации сообщение со следующей структурой слайдов:

1. Web 1.0: создание, продвижение, насыщение интернет-сайтов.
2. Web 2.0: активная, интерактивная, многосторонняя коммуникация.
3. Web 3.0: «полуавтоматический» анализ, инновационные системы формирования контента и рекомендательные сервисы.

Аудиторная работа:

1. Рассказать об эволюции новых медиа с опорой на электронную презентацию.
2. Проанализировать гайды по формированию контента на разных интернет-платформах (Яндекс Дзен, ВКонтакте, Facebook и др.)

Практическое занятие №3

Новые медиарилейшнз в пространстве конвергентных СМИ и социальных сетей

Домашнее задание:

Проанализировать различные подходы к типологии новых медиа.

Аудиторная работа:

Составление медиа-карты региональных новых медиа, разделенных по типу издания и полной контактной информацией о них. Выделение в нем красного списка для конкретной организации или человека (политика, бизнесмена, деятеля культуры).

По каждому СМИ указываются следующие параметры: рейтинг, состав аудитории, периодичность выхода материалов, рубрикация.

Внутренняя структура редакции – имена и контактные данные главного редактора, редакторов отделов, ключевых корреспондентов, предпочитаемая тематика материалов.

Модуль 2. Новостное производство и смысловое позиционирование информационных материалов

Практическое занятие №4

Особенности MR-текстов и общие требования к их подготовке

Домашнее задание:

Подготовить в форме электронной презентации сообщение со следующей структурой слайдов:

1. Спин-доктор как функция
2. Понятие «новость» и ее значимость для СМИ и пресс-службы.
3. «Hard news» и «soft news».
4. Приемы создания и усиления новостей.

Аудиторная работа:

1. Рассказать о работе спин-доктора по созданию и управлению новостным потоком.
2. Проанализировать новостной блок на радио и телевидении на предмет соотношения в нем «Hard news» и «soft news».
3. Выявить приемы создания и усиления новостей в новостных блоках на радио, телевидении, в новых медиа.

Практическое занятие №5

Смыслообразование в текстах для СМИ: make sence

Домашнее задание

Проанализировать различные стратегии подачи информации: эксклюзив, сенсация, интрига, провокация, информационная война.

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Медиарилейшнз»

<p>Практическое занятие № 6 Особенности MR-текстов и общие требования к их подготовке Домашнее задание Проанализировать общие правила подготовки MR-текстов, их отличие от рекламных и журналистских текстов Аудиторная работа Создание MR-текста художественно-публицистического жанра для интернет-издания.</p> <p>Практическое занятие №7 Специфика проведения специальных мероприятий для новых медиа Домашнее задание: Подготовить в форме электронной презентации сообщение со следующей структурой слайдов: 1. Аудитория новых медиа по данным «Медиаскоп» и других измерительных систем. 2. Аудитория наиболее крупных региональных новых медиа по счетчикам, количеству подписчиков, активности. Аудиторная работа: 1. Рассказать об аудитории региональных новых медиа, используя подготовленную дома презентацию. 2. Провести мониторинг публикаций новых медиа за 2 недели: темы новостей, характер материалов, типы заголовков, реакцию аудитории (где это возможно).</p> <p>Практическое занятие №8 Создание информационного потока и управление им: make story Домашнее задание: Проанализировать различные приемы создания и усиления новостей. Аудиторная работа Создание текста «hard news» для интернет-публикации. Создание текста «soft news» для телевизионных новостей.</p> <p>Практическое занятие № 9 Традиционные мероприятия для СМИ Домашнее задание Сопоставить цели и задачи различных мероприятий для традиционных СМИ Аудиторная работа Составление сценария мероприятия для традиционного СМИ. Тип мероприятия выбирается студентом.</p> <p>Практическое №10 Специфика проведения специальных мероприятий для новых медиа Домашнее задание Проанализировать специфику контента новых медиа Аудиторная работа Разработка плана работы с блоггерами</p>			
5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)			
Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине			

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы студентов	Продукты деятельности
1.	Общие принципы и задачи медиарилейшнз		
1.1.	Основные задачи медиарилейшнз и принципы организации	Изучить конспект лекции «Основные задачи медиарилейшнз и принципы организации»	Устное сообщение
1.2.	Типология современных СМИ	Проанализировать различные подходы к типологии традиционных СМИ	Структура медиакарты
1.3.	Новые медиарилейшнз в пространстве конвергентных СМИ и социальных сетей	Проанализировать различные подходы к типологии новых медиа	Структура медиакарты
1.4.	Установление доверительных отношений со СМИ и работа с негативными материалами	Изучить конспект лекции «Установление доверительных отношений со СМИ и работа с негативными материалами»	Устное сообщение
1.5.	Правовые и административные механизмы регулирования медийного контента	Изучить конспект лекции «Правовые и административные механизмы регулирования медийного контента»	Устное сообщение
2.	Новостное производство и смысловое позиционирование информационных материалов		
2.1.	Создание информационного потока и управление им: make story	Проанализировать различные приемы создания и усиления новостей.	Устное сообщение
2.2.	Смыслообразование в текстах для СМИ: make	Проанализировать различные стратегии подачи информации: эксклюзив, сенсация,	Устное сообщение

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программа дисциплины «Медиарилейшнз»

	sence	интрига, провокация, информационная война.	
2.3.	Особенности MR-текстов и общие требования к их подготовке	Проанализировать общие правила подготовки MR-текстов, их отличие о рекламных и журналистских текстов	Устное сообщение
3.	Специальные события для	СМИ и других групп. Создание медийного ре-зонанса	
3.1.	Традиционные мероприятия для СМИ	Сопоставить цели и задачи различных мероприятий для традиционных СМИ	Устное сообщение
3.2.	Специфика проведения специальных мероприятий для новых медиа	Проанализировать специфику контента новых медиа	Устное сообщение

Содержание самостоятельной работы по дисциплине на выбор студента

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы студентов	Продукты деятельности
1.		Общие принципы и задачи медиарилейшнз	
1.1.	Основные задачи медиарилейшнз и принципы организации	Изучить вопрос о роли пресс-секретаря в организации	Устное сообщение
1.2.	Типология современных СМИ	Проанализировать долю рынка традиционных СМИ по версии «Медиаскоп»	Структура медиакарты
1.3.	Новые медиарилейшнз в пространстве конвергентных СМИ и социальных сетей	Проанализировать долю рынка новых медиа по версии «Медиаскоп»	Структура медиакарты
1.4.	Установление доверительных отношений со СМИ и работа с негативными материалами	Изучить вопрос о правовых методах разрешения конфликтов со СМИ	Устное сообщение
1.5.	Правовые и административные механизмы регулирования медийного контента	Изучить вопрос о соотношении медиарилейшнз и GR как направлений связей с общественностью	Устное сообщение
2.	Новостное производство и	смысловое позиционирование информацион-ных материалов	
2.1.	Создание информационного потока и управление им: make story	Изучить вопрос о методах работы спин-доктора	Устное сообщение
2.2.	Смыслообразование в текстах для СМИ: make sence	Изучить рекомендательные гайды интернет-платформ по формированию контента.	Устное сообщение
2.3.	Особенности MR-текстов и общие требования к их подготовке	Изучить вопрос о нативной рекламе и ее месте в медиарилейшнз	Устное сообщение
3.	Специальные события для	СМИ и других групп. Создание медийного резонанса	
3.1.	Традиционные мероприятия для СМИ	Специфика специальных мероприятий для производственных организаций	Сценарий пресс-тура
3.2.	Специфика проведения специальных мероприятий для новых медиа	Особенности работы MR-специалиста по под-готовке контента для новых медиа.	Сценарий имиджевого мероприятия для новых медиа

5.3.Образовательные технологии

При организации изучения дисциплины будут использованы следующие образовательные технологии: информационно-коммуникационные технологии, технология организации самостоятельной работы, технология рефлексивного обучения, технология модульного обучения, технология игрового обучения, технологии групповой дискуссии, интерактивные технологии, технология проблемного обучения, технология организации учебно-исследовательской деятельности, технология проектного обучения, технология развития критического мышления.

5.4. Текущий контроль, промежуточный контроль и промежуточная аттестация

Балльно-рейтинговая карта дисциплины оформлена как приложение к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Богданов В.В.	Теория и практика связей с общественностью: медиаарилейшнз: учебное пособие http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228824	Новосибирск: НГТУ, 2011
Л1.2	Халтурин М.С.	Работа парламентского журналиста. Журналист и его источники информации http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141991	М.: Лаборатория книги, 2012
Л1.3	Чумиков А.	PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279187	М.: Альпина Паблишерз, 2014

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему	Издательство, год
Л2.1	под ред. Л.В. Сморгунова, Л.Н. Тимофеевой	GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством: учебное пособие http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135141	М.: Российская политическая энциклопедия, 2012
Л2.2	Антипов А.Ю.	Освещение мировых кризисных ситуаций в зарубежных СМИ http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141465	М.: Лаборатория книги, 2011

6.2 Перечень программного обеспечения

- Acrobat Reader DC
- Dr.Web Desktop Security Suite, Dr.Web Server Security Suite
- GIMP
- Microsoft Office 2016 Professional Plus (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher)
- Microsoft Office 365 Pro Plus - subscription license (12 month) (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher, Skype for Business, OneDrive, SharePoint Online)
- Microsoft Windows 10 Education
- Microsoft Windows 7/8.1 Professional
- XnView
- Архиватор 7-Zip
- Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»

6.3 Перечень информационных справочных систем

- Elsevier (база данных «Freedom Collection» и коллекции электронных книг «Freedom Collection eBook collection», национальная подписка на полнотекстовые ресурсы)
- SCOPUS издательства Elsevier
- SpringerNature (национальная подписка на полнотекстовые ресурсы)
- База данных международных индексов научного цитирования Web of Science
- БД «Polpred.com. Обзор СМИ»
- УИС РОССИЯ
- ЭБС «E-LIBRARY.RU»
- ЭБС «ЛАНЬ»
- ЭБС «РУКОНТ» (Контекстум)
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
- ЭБС «ЮРАЙТ» (Коллекция Легендарные книги)

- Информационно-образовательная программа «Росметод»
- СПС «ГАРАНТ-Аналитик»
- СПС «Консультант-Плюс»

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

- 7.1 Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации. Комплект учебной мебели, меловая доска, ноутбук, переносное проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран на треноге), портативное звукоусиливающее оборудование.
Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект учебной мебели, ПК-4 шт.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Работа над теоретическим материалом происходит кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю.

Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с информационными источниками в разных форматах.

Также в процессе изучения дисциплины методические рекомендации могут быть изданы отдельным документом.

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Медиарилейшнз»

Приложение

Балльно-рейтинговая карта дисциплины «Медиарилейшнз»

Курс 4, семестр 7

Вид контроля	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Модуль 1. Общие принципы и задачи организации деятельности пресс-службы		
Текущий контроль по модулю:		
Аудиторная работа	12	22
Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	3	5
Самостоятельная работа (специальные формы на выбор студента)	(0)	(5)
Контрольное мероприятие по модулю	6	10
Промежуточный контроль	21	37
Модуль 2. Новостное производство и смысловое позиционирование информационных материалов		
Текущий контроль по модулю:		
Аудиторная работа	14	24
Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	2	3
Самостоятельная работа (специальные формы на выбор студента)	(0)	(3)
Контрольное мероприятие по модулю	6	10
Промежуточный контроль	22	37
Модуль 3. Специальные события для СМИ и других групп. Создание медийного резонанса		
Текущий контроль по модулю:		
Аудиторная работа	8	16
Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	1	2
Самостоятельная работа (специальные формы на выбор студента)	(0)	(2)
Контрольное мероприятие по модулю	4	8
Промежуточный контроль	13	26
Промежуточная аттестация	0	(15) ¹
Всего:	56	100

Таблица 2.

Курс 4, семестр 7

Вид контроля	Примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты		
Модуль 1. Общие принципы и задачи медиарилейшнз				
Текущий контроль по модулю:		Минимальное кол-во баллов	Максимальное кол-во баллов	Темы:
1 Аудиторная работа	Конспектирование лекций. Конспект по каждой теме оценивается в 2 балла. Отсутствие конспекта – 0 баллов. Всего 5 тем – итого 10 баллов. Лекции полные, содержат примеры. Практическое занятие 1. Задания 1-2 (см. раздел «Аудиторная	12	22	1.1. Основные задачи медиарилейшнз и принципы организации 1.2. Типология современных СМИ 1.3. Новые медиарилейшнз в пространстве конвергентных СМИ и социальных сетей 1.4. Установление доверительных отношений со СМИ

¹ Баллы за промежуточную аттестацию прибавляются к сумме баллов, набранных студентом в течение семестра, только если студент хочет повысить оценку, выставляемую на основе текущего и промежуточного контроля.

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Медиарилейшнз»

	работа») Практическое занятие 2. См. раздел «Аудиторная работа». Практическое занятие 3. См. раздел «Аудиторная работа». Выполнение каждого практического задания оценивается в 3 балла. Отсутствие задания – 0 баллов.			и работа с негативными материалами 1.5. Правовые и административные механизмы регулирования медийного контента
2 Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	Изучить конспект лекции «Основные задачи медиарилейшнз и принципы организации» Проанализировать различные подходы к типологии традиционных СМИ Проанализировать различные подходы к типологии новых медиа Изучить конспект лекции «Установление доверительных отношений со СМИ и работа с негативными материалами» Изучить конспект лекции «Правовые и административные механизмы регулирования медийного контента» Выполнение каждого задания оценивается в 1 балл.	3	5	Образовательные результаты: знает: - задачи и принципы организации медиарилейшнз как части паблик рилейшнз; - информационную политику региональных СМИ; умеет: - выявлять актуальные события в деятельности организации и новые точки зрения на эти события; - координировать действия подразделения с работой организации в целом; владеет – навыками создания материалов (написание статей, сценариев, ведение колонки) в целях приращения публичного капитала); – навыками анализа информационного пространства.
3. Самостоятельная работа (специальные формы на выбор студента) Блок альтернативный блоку 2. Результаты блока могут быть учтены, если студент по уважительной причине пропустил аудиторные занятия.	Изучить вопрос о роли пресс-секретаря в организации Проанализировать долю рынка традиционных СМИ по версии «Медиаскоп» Проанализировать долю рынка новых медиа по версии «Медиаскоп» Изучить вопрос о правовых методах разрешения конфликтов со СМИ Изучить вопрос о соотношении медиарилейшнз и GR как направлений связей с общественностью Выполнение каждого задания оценивается в 1 балл.	(0)	(5)	
Контрольное мероприятие по модулю	Тестирование 1. За выполненное задание выставляется от 6 до 10 баллов.	6	10	
Промежуточный контроль	Складывается из суммы баллов, полученных по результатам текущего контроля в период изучения дисциплинарного модуля и контрольного мероприятия.	21	37	
Модуль 2. Новостное производство и смысловое позиционирование информационных материалов				
Текущий контроль по модулю:				
1 Аудиторная работа	Конспектирование лекций. Конспект по каждой теме оценивается в 2 балла. Отсутствие конспекта – 0 баллов. Всего 3 – итого 6 баллов. Лекции полные, содержат примеры. Практическое занятие 4. Задания 1-3 (см. раздел «Аудиторная работа»). Практическое занятие 5. См. раздел «Аудиторная работа». Практическое занятие 6. См. раздел «Аудиторная работа». Практическое занятие 7. См. раздел «Аудиторная работа». Выполнение каждого практического задания оценивается в 3 балла.	14	24	Темы: 2.1. Создание информационного потока и управление им: make story. 2.2. Смыслообразование в текстах для СМИ: make sense. 2.3. Особенности MR-текстов и общие требования к их подготовке. Образовательные результаты:

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Медиарилейшнз»

	Отсутствие задания – 0 баллов.			знает:
2 Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	Проанализировать различные приемы создания и усиления новостей. Проанализировать различные стратегии подачи информации: эксклюзив, сенсация, интрига, провокация, информационная война. Проанализировать общие правила подготовки MR-текстов, их отличие о рекламных и журналистских текстов Выполнение каждого о задания оценивается в 1 балл.	2	3	- задачи и принципы организации медиарилейшнз как части паблик рилейшнз; - информационную политику региональных СМИ; умеет: - выявлять актуальные события в деятельности организации и новые точки зрения на эти события; - координировать действия подразделения с работой организации в целом;
3. Самостоятельная работа (специальные формы на выбор студента) Блок альтернативный блоку 2. Результаты блока могут быть учтены, если студент по уважительной причине пропустил аудиторные занятия.	Изучить вопрос о методах работы спин-доктора Изучить рекомендательные гайды интернет-платформ по формированию контента. Изучить вопрос о нативной рекламе и ее месте в медиарилейшнз Выполнение каждого задания оценивается в 1 балл.	(0)	(3)	владеет – навыками создания материалов (написание статей, сценариев, ведение колонки) в целях приращения публицитного капитала); – навыками анализа информационного пространства.
Контрольное мероприятие по модулю	Тестирование 2. За выполненное задание выставляется от 6 до 10 баллов.	6	10	
Промежуточный контроль	Складывается из суммы баллов, полученных по результатам текущего контроля в период изучения дисциплинарного модуля и контрольного мероприятия.	22	37	
Модуль 3. Специальные события для СМИ и других групп. Создание медийного резонанса				
Текущий контроль по модулю:				
1 Аудиторная работа	Конспектирование лекций. Конспект по каждой теме оценивается в 2 балла. Отсутствие конспекта – 0 баллов. Всего 2 – итого 4 балла. Лекции полные, содержат примеры. Практическое занятие 8. Задания 1-2 (см. раздел «Аудиторная работа») Практическое занятие 9. См. раздел «Аудиторная работа». Практическое занятие 10. См. раздел «Аудиторная работа». Выполнение каждого практического задания оценивается в 3 балла. Отсутствие задания – 0 баллов.	8	16	Темы: 3.1. Традиционные мероприятия для СМИ 3.2. Специфика проведения специальных мероприятий для новых медиа Образовательные результаты знает: - задачи и принципы организации медиарилейшнз как части паблик ри-лейшнз; - информационную политику региональных СМИ; умеет: - выявлять актуальные события в деятельности организации и новые точки зрения на эти события; - координировать действия подразделения с работой организации в це-лом;
2 Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	Сопоставить цели и задачи различных мероприятий для традиционных СМИ Проанализировать специфику контента новых медиа Выполнение каждого задания оценивается в 1 балл.	1	2	владеет
3 Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	Специфика специальных мероприятий для производственных организаций Особенности работы MR-специалиста по под-готовке контента для	(0)	(2)	

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Медиарилейшнз»

студента) Блок альтернативный блоку 2. Результаты блока могут быть учтены, если студент по уважительной причине пропустил аудиторные занятия.	новых медиа. Выполнение каждого задания оценивается в 1 балл.			– навыками создания материалов (написание статей, сценариев, ведение колонки) в целях приращения публичного капитала); – навыками анализа информационного пространства.
Контрольное мероприятие по модулю	Тестирование 3. За выполненное задание выставляется от 6 до 10 баллов.	4	8	
Промежуточный контроль	Складывается из суммы баллов, полученных по результатам текущего контроля в период изучения дисциплинарного модуля и контрольного мероприятия.	13	26	
Промежуточная аттестация		0	15	