

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Уфимский филиал

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО
на Ученом совете Уфимского филиала

Протокол № 40

«28» сентября 2021 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор Уфимского филиала

Р.М. Сафуанов Р.М. Сафуанов

«28» сентября 2021 г.

ПРОГРАММА

повышения квалификации

«Mass Media School «От журналистики до блога»

Уфа 2021

1. Общая характеристика программы

1.1. Цель реализации программы: формирование и совершенствование профессиональных компетенций, требуемых для выполнения основной и дополнительной профессиональной деятельности в сфере взаимодействия со средствами массовой информации, создания и продвижения корпоративных и (или) личных сайтов, страниц в сети Интернет.

1.2. Наименование профессиональных стандартов, квалификационных справочников, используемых при разработке дополнительной профессиональной программы:

- профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», приказ Минтруда России от 19 февраля 2019 г. N 95н, зарегистрирован Минюстом России 16 мая 2019 г. N 54635;

- профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», приказ Минтруда России от 04.08.2014 N 535н, зарегистрирован Минюстом России 04.09.2014 N 33973.

1.3. Описание перечня профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в процессе обучения:

- способность обеспечивать взаимодействие со средствами массовой информации, Интернет-сообществом, оценивать их влияние на результаты деятельности организации или индивидуума в текущей и долгосрочной перспективе;

- создавать и вести как корпоративные, так и персональные интернет-ресурсы, эффективно работать в структуре социальных сетей.

1.4. Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель приобретет следующие знания, умения и практический опыт, необходимые для совершенствования и получения навыков профессиональной работы с основными видами СМИ и ведения как корпоративных, так и личных аккаунтов (ресурсов, сайтов, страниц) в сети Интернет.

Слушатель будет *знать*:

- требования закона РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.07.2021) "О средствах массовой информации";
- порядок создания, регистрации и технической поддержки корпоративных и личных аккаунтов (ресурсов, сайтов, страниц) в сети Интернет;
- алгоритмы работы социальных сетей, ограничения в их использования;
- базовые понятия Интернет-маркетинга;
- систему подготовки и редактирования текстовых, фото- и видеоматериалов;
- систему взаимодействия с государственными и частными СМИ, пресс-службами государственных органов и корпоративных структур;
- виды и способы коммуникаций;
- методику создания и ведения страниц и блогов в социальных сетях.

Слушатель будет *уметь*:

- создавать базовые тексты;
- редактировать и применять способы компрессии текстов;
- редактировать фото- и видеоматериалы;
- анализировать поступающую информацию из различных источников;
- создавать и продвигать новости и иные материалы в интересах как корпоративных, так и личных аккаунтов;
- создавать и вести корпоративные или личные блоги (страницы, ресурсы) в социальных сетях.

2. Учебный план

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Уфимский филиал Финуниверситета

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО
на Ученом совете Уфимского филиала
Протокол № 40
от « 28 » сентября 2021 г.



УЧЕБНЫЙ ПЛАН программы повышения квалификации «Mass Media School «От журналистики до блога»

Требования к уровню образования слушателей	Лица, имеющие среднее профессиональное образование, лица, получающие или имеющие высшее образование
Категория слушателей	Студенты, магистранты, руководители организаций, специалисты пресс-служб, заинтересованные лица
Срок обучения	36 часов
Форма обучения	очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий
Режим занятий	не более 8 часов в день

№№ п/п	Наименование разделов, тем	Всего часов трудоемкости	В том числе				Самостоятельная работа	Форма контроля
			Аудиторные занятия*			Самостоятельная работа		
			Всего, часов	из них				
Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа		Форма контроля				
1	2	3	4	5	6	7	8	
1.	Требования закона РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.07.2021) "О средствах массовой информации". Порядок создания, регистрации и технической поддержки корпоративных и личных аккаунтов (ресурсов, сайтов, страниц) в сети Интернет.	3	2	2		1		
2.	Взаимодействие с государственными и частными СМИ, пресс-службами	3	2	2		1		

	государственных органов и корпоративных структур						
3.	Алгоритмы работы социальных сетей, ограничения в их использовании Базовые понятия Интернет-маркетинга	4	3	1	2	1	
4.	Создание и редактирование текстовых материалов	5	4	1	3	1	
5.	Создание и редактирование фото- и видеоматериалов	7	5	1	4	2	
6.	Создание и продвижение новостных и рекламных материалов, таргетирование	6	4	2	2	2	
7.	Создание и ведение сайта, блога	6	4	1	3	2	
	Всего:	34	24	10	14	10	
8.	Итоговая аттестация	2	2		2		Зачет
	Общая трудоемкость программы:	36	26	10	16	10	

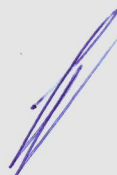
* - с применением дистанционных образовательных технологий

Программа разработана руководителем пресс-службы Ассоциации кредитных и финансовых организаций РБ, главным редактором издательского дома «Экономика и финансы Башкортостана» Рудзит Д.Л.

Заместитель директора по ДПО

Т. А. Пушкарева

«28» сентября 2021 г.



3. Календарный учебный график

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Уфимский филиал

Календарный учебный график

Программа повышения квалификации
«Mass Media School «От журналистики до блога»

Объем программы 36 часов Продолжительность обучения 2 недели

Форма обучения – очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий

№ п/п	Наименование тем	1 неделя	2 неделя	КР	СР	ИА	Всего
1.	Требования закона РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.07.2021) "О средствах массовой информации". Порядок создания, регистрации и технической поддержки корпоративных и личных аккаунтов (ресурсов, сайтов, страниц) в сети Интернет	3		2	1		3
2.	Взаимодействие с государственными и частными СМИ, пресс-службами государственных органов и корпоративных структур	3		2	1		3
3.	Алгоритмы работы социальных сетей, ограничения в их использовании Базовые понятия Интернет-маркетинга	4		3	1		4
4.	Создание и редактирование текстовых материалов	5		4	1		5
5.	Создание и редактирование фото- и видеоматериалов		7	5	2		7
6.	Создание и продвижение новостных и рекламных материалов		6	4	2		6
7.	Создание и ведение сайта, блога		6	4	2		6
	Итоговая аттестация (зачет)		2	2		2	2
	Общая трудоемкость программы	15	21	26	10	2	36

Условные обозначения	
ПА	Промежуточная аттестация
П	Практика
С	Стажировка
ИА	Итоговая аттестация
КР	Контактная работа
СР	Самостоятельная работа

4. Содержание тем программы

Тема 1. Требования закона РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.07.2021) "О средствах массовой информации". Порядок создания, регистрации и технической поддержки корпоративных и личных аккаунтов (ресурсов, сайтов, страниц) в сети Интернет.

Основные понятия и нормы законодательства РФ о средствах массовой информации. Создание и регистрация печатных и электронных СМИ, взаимодействие со структурами Роскомнадзора. Ограничения в получении и использовании информации, в т.ч. персональных данных. Понятие личного пространства и конфиденциальной информации.

Тема 2.

Взаимодействие с государственными и частными СМИ, пресс-службами государственных органов и корпоративных структур.

Источники информации. Актуальность, легитимность, порядок использования. Печатные и эфирные СМИ (Федеральные, региональные, муниципальные, ведомственные). Профессиональные сообщества в области СМИ и социальных сетей. Инсайд - понятие, ограничения, возможности использования. Авторское право. Практические занятия.

Тема 3. Алгоритмы работы социальных сетей, ограничения в их использовании. Базовые понятия Интернет-маркетинга.

Социальные сети. Виды, специфика аудитории, потенциальная и реальная посещаемость. Ограничения в использовании и размещении информации. Регистрация и ведение сайта, регистрация и допуск к личной странице, личному кабинету. Разграничение понятий корпоративных и личных аккаунтов. Интернет-маркетинг - сущность, структура, возможности. Реклама в Интернете. Таргетирование рекламы. Практические занятия.

Тема 4. Создание и редактирование текстовых материалов.

Виды текстовой работы. Классификация текстовых материалов и их цели (информационный, развлекательный, обучающий и т.д.). Лексика, стилистика и пунктуация. Современные формы, неологизмы, сленг. Создание базовых текстов, редактирование и компрессия. Контрольные слова и понятийный аппарат для размещения материалов в социальных сетях. Обратная связь с читателем. Ссылочный аппарат, «свадебные генералы» и лидеры мнений. Практические занятия.

Тема 5. Создание и редактирование фото- и видеоматериалов.

Иллюстрация как элемент информации или новости. Подбор иллюстративного ряда в зависимости от требований СМИ, параметров социальных сетей. Коррекция, ретуширование, автоматизация обработки. Обзор программ создания и обработки фото- и видеоматериалов. Создание собственной фото-видео галереи. Практические занятия.

Тема 6. Создание и продвижение новостных и рекламных материалов, таргетирование.

Новость - понятие и функционал. Три составных части новости. Размещение новостей в СМИ и Интернете. Рекламное сообщение - тексты и иллюстративный ряд. Стоимостные параметры размещения рекламы: виды СМИ, социальных сетей, объем, частота показов (выходов). Таргетирование: сущность и процесс.

Тема 7. Создание и ведение сайта, блога.

Понятие блога, страницы в социальных сетях. Виды социальных сетей, их аудитория. Основные ошибки при создании блога (страницы). Основные шаблоны, рекомендуемые программы. Личный бренд и самопрезентация. Практические занятия.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Нормативно-правовые документы:

- 1) Гражданский кодекс Российской Федерации.
- 2) Федеральный закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.07.2021) "О средствах массовой информации".
- 3) Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ "О персональных данных".
- 4) Федеральный закон от 27.07.2010 г. N 224-ФЗ «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком».

Основная:

- 1) Основы медиабизнеса. Учебное пособие. Под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Аспект Пресс, 2009 - 312 с.
- 2) Ильяхов Максим, Сарычева Людмила «Пиши, сокращай». 3-е изд, М.: Альпина Паблицер. 2021 - 440 стр.
- 3) Леонид Бершидский «Ремесло» <https://www.rulit.me/books/remeslo-read-357300>
- 4) Уайт Ян В. «Редактируем дизайном». М.: Школа издательского и медиа бизнеса, 2011 г. - 218 с.
- 5) «Строим новость» - учебное пособие - МОСКВА, АНРИ, 2011, 284 с.

Дополнительная:

- 1) О.Соломатина. «Писать легко». Как писать тексты не дожидаясь вдохновения. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015, 144 с.
- 2) И.Кемарская. «Телевизионный редактор». Аспект-пресс, 2007 - 192 с.
- 3) А.Амзин. Новостная интернет-журналистика. Аспект-пресс, 2011 - 144 с.
- 4) Э.Тафти. Представление информации. Графикс пресс, 2009 - 186 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

www.glavarb.ru	Официальный сайт Главы Республики Башкортостан
www.pravitelstvorb.ru	Официальный сайт правительства Республики Башкортостан
www.cbr.ru	Официальный сайт Банка России
www.tass.ru , www.ria.ru , russian.rt.com , Страна. Ru, Лента. Ру., Башинформ, Proufu.ru, Proufu.ru, Ufa.KP.ru	Ведущие новостные порталы России и региона

6. Организационно-педагогические условия реализации программы

6.1. Применяемые образовательные технологии, формы и методы обучения, в том числе интерактивные:

Образовательная деятельность в Уфимском филиале Финуниверситета осуществляется в соответствии с действующим законодательством РФ и локальными нормативными актами Финуниверситета и Уфимского филиала.

К реализации программ повышения квалификации привлекаются квалифицированные преподаватели из числа профессорско-преподавательского состава филиала и опытных работников-практиков из государственных органов, предприятий, организаций-партнёров. В числе преподавателей, привлечённых к реализации программ – доктора и кандидаты наук, преподаватели, имеющие опыт практической деятельности.

Программа повышения квалификации обеспечена всеми необходимыми учебными и методическими материалами, которые постоянно актуализируются в соответствии с требованиями времени и конъюнктуры.

В образовательном процессе используются разнообразные формы работы со слушателями.

- лекция с мультимедийным сопровождением по наиболее сложным вопросам программы

- кейс-стади – изучение конкретных ситуаций из практики, для выполнения данного вида заданий обучающимся должна быть представлена в письменной форме информация относительно реальной ситуации (профессиональной или жизненной) и

поставлены конкретные задачи её изучения проблемы, обучающиеся анализируют различные аспекты проблемы и предлагают выработанные решения;

- практикум – вид практических занятий тренировочного характера, на котором осуществляется связь изучаемой теории и практики, а материал его часто служит иллюстрацией к лекции;

- тестирование – это стандартизированный метод оценки знаний, умений, навыков обучающихся и др.

6.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по курсу, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (в случаях, если они используются).

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса:

- осуществляется проведение вебинаров для слушателей в удаленном доступе. Преподавателями используются компьютерные презентации, работа в чате, индивидуальное консультирование слушателей.

Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды:

- система дистанционного обучения;
- программное обеспечение: антивирусная защита ESET NOD32 15.06.2018-06.09.2019г.; EAV-0225792802; антивирусная защита ESET NOD32 до 03.10.2020г. AV-0253956935; продукты компании Microsoft включая ОС Windows 7 и office 365, дата вступления в силу: 04.08.2016г. Лицензионный договор № 1011637 от 24.07.2018г. № 31908104059 от 20.08.2019г.) СПС Консультант+ Договор об информационной поддержке от 01.01.2018г. Договор об информационной поддержке от 01.01.2019г.;
- компьютеры, подключенные к сети Интернет.

6.3. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса (аудитории, лаборатории, средства обучения, в том числе аудиовизуальные, компьютерные и телекоммуникационные и т. д.).

При реализации программы повышения квалификации используются аудитории для проведения лекций, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Аудитории должны быть оборудованы мультимедийными техническими средствами, служащими для представления информации большой аудитории.

Аудитории, в которых проходят занятия, должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и использования электронной информационно-образовательной среды университета. Для обучающихся должен быть обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных (в том числе международным реферативным базам данных научных изданий) и информационным справочным системам, которые необходимы для изучения разделов курса.

7. Описание системы оценки качества освоения программы

Контроль результатов освоения слушателями программы повышения квалификации осуществляется в ходе итоговой аттестации в форме зачета.

Примерный перечень тестовых вопросов для подготовки к итоговой аттестации

1. Деятельность СМИ, в т.ч. Интернет-СМИ, регулируется:

- № 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации"
- N 2124-1 ФЗ "О средствах массовой информации".
- N 5351-1 ФЗ "Об авторском праве и смежных правах"
- вид Налоговым кодексом РФ № 152-ФЗ "О персональных данных"

2. Какие блоги являются СМИ:

- с посещаемостью свыше 1000
- рекламные

- новостные
- с посещаемостью свыше 3000

**3. Официальный ответ на запрос дается:
на запрос СМИ**

- в течении 7 дней
- в течении 10 дней

на запрос от блогера

- в течении 10 дней
- по возможности

4. Отказ в регистрации Интернет-СМИ (блокировка) возможен:

- при посещаемости менее 3000 чел/сутки
- при наличии ненормативной лексики
- при нарушении периодичности выпуска
- присутствие запрещенного контента
- при нарушении действующего законодательства

5. Инсайд, это:

- вид инсайта
- внутренняя информация
- амплуа футбольного игрока
- конфиденциальная информация

6. Мем, это:

- базовая единица смысловой информации
- медиаобъект
- актер мимического жанра
- элемент виртуального пространства

7. Базовые элементы интернет маркетинга:

- интерактивность
- таргетирование
- привлекательность
- аналитика
- фишинг

8. Таргетирование, это:

- режим денежно-кредитной политики
- механизм определения контактной аудитории
- рекламный прием
- тактическое целеуказание

9. Фейк - это:

- намеренная дезинформация
- разновидность фотомонтажа
- контрафактная продукция
- пользователь-виртуал

10. Троллинг, это

- форма социальной провокации
- система государственной пропаганды

- метод спиннинговой рыбалки
- эпатаж

11. Фишинг, это:

- поддельный веб-сайт
- вид рыбной ловли
- способ кибератаки
- метод социальной инженерии

Примеры практических заданий

Задание 1.

Создание новостной информации

1. Найти стенограмму встречи В.Путина и Р.Хабирова в рамках визита президента в Абзелиловский район Башкортостана (открытие завода «Цемикс»).
2. На ее основе сформировать три новости - политическую, экономическую, социальную. (Объем текста каждой новости - не более 1200 знаков).
3. Определить для каждой новости заголовочный комплекс - рубрику и заголовок.

Задание 2.

Аутентичность, достоверность информации.

Какова длина Великой Китайской стены?

Воспользовавшись одним из поисковых серверов, найдите ответы на этот вопрос. Оцените примерное количество **РАЗНЫХ** ответов. Определите, какой Интернет-ресурс и какая информация на нем обладает наибольшей легитимностью.

Задание 3.

Компрессия текста

Преамбула к заданию: 14 ноября 1794 года А.В. Суворов, тогда еще в звании генерал-аншефа, подавил польское восстание, о чем рапортовал Екатерине Великой **тремя словами**: «Ура! Варшава наша!»

Императрица ответила **двумя словами**, в которых сумела не только поздравить, но и повысить его в воинском звании

Продублируйте ответ Екатерины

Задание 4.

Реклама в Интернете

Воспользовавшись одним из поисковых серверов, найдите адреса сайтов нескольких известных сетевых рекламных фирм. Выбрав один из адресов какой-либо фирмы, обратитесь на ее сайт и изучите доступную информацию. Какие возможности рекламы в Интернет использует эта фирма? Каким образом организуется деятельность по продвижению на Web- сайте фирмы? Перечислите все основные возможности, приведите конкретные примеры

Задание 5.

Как функционирует и как используется в рекламной деятельности электронная почта? Составьте рекламное сообщение от имени фирмы «Т».

Используйте файл подписи и присоединенные файлы различных форматов.

Итоговая оценка выставляется по двухбалльной системе: «зачтено», «не зачтено». Критерий оценки знаний: менее 50 % правильных ответов на тестовые задачи - не зачтено, от 50 % и выше правильных ответов на тесты - зачтено. Практическая задача оценивается по правильности и ходу решения в процентах: менее 50% зачтено, более 50% зачтено.

В случае применения дистанционных образовательных технологий итоговая аттестация может проходить в виде тестирования с применением online – сервиса.

Обсуждено и утверждено на заседании Ученого совета филиала

Протокол № 40 от « 28 » сентября 2021 г.

Заместитель директора по ДПО

« 28 » сентября 2021 г.

Т. А. Пушкарева