

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по учебной и методической работе

_____ Е.А. Каменева
(подпись)
«26» декабря 2024 г.

Щеглова А.С.

**Работа пресс-службы и PR-подразделения в государственных и
корпоративных структурах**

Рабочая программа дисциплины

**для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

*Рекомендовано Ученым советом
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол №47 от 19.11.2024 г.)*

*Одобрено Советом кафедры
массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 3 от 28.10.2024 г.)*

Москва 2024

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

Щеглова А.С.

**Работа пресс-службы и PR-подразделения в государственных и
корпоративных структурах**

Рабочая программа дисциплины

**для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Москва 2024

1. Наименование дисциплины

«Работа пресс-службы и PR-подразделения в государственных и корпоративных структурах»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКН-1	Способность создавать коммуникационные продукты, востребованные обществом и коммуникационными индустриями, в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	1. Создает коммуникационные продукты в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента	знать: коммуникационные продукты, распространяемые через разные каналы. уметь: анализировать тенденции развития разных каналов дистрибуции
		2. Корректирует созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	знать: основные механизмы знаковых систем и соответствие их коммуникационных продуктов. уметь: понимать последствия общественных перемен в результате использования социально одобряемых коммуникационных продуктов
ПКН-6	Способность использовать в профессиональной деятельности актуальный набор средств массовой информации региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	1. Организует взаимодействие со СМИ, лидерами мнений, цифровые коммуникации и публичные выступления	знать: особенности средств массовой информации региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов. уметь: осуществлять эффективную коммуникацию и владеть общими навыками работы с коммуникациями
		2. Корректирует коммуникационные активности в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования	знать: особенности формальных и неформальных коммуникационных механизмов, оказывающих влияние на экономическую, политическую и социальную сферу. уметь: подбирать исходя из особенностей технического задания перечень формальных и неформальных

			коммуникационных институтов для реализации информационной стратегии
ПКН-9	Способность организовывать процессы, влияющие на общественное мнение через развитие социального капитала и создание устойчивых связей со стейкхолдерами организации, коллективных ценностей и механизмов продуктивной коммуникации, обеспечение доступности и достоверности информации	1. Организует интегрированные коммуникации с учетом особенностей целевых аудиторий. 2. Приводит подтверждения, что коммуникационная кампания повлияла на целевые аудитории.	знать: готовит коммуникационные продукты, распространяемые через разные каналы. уметь: анализировать тенденции развития СМИ и реакции аудитории знать: технологии организации коммуникационных кампаний уметь: анализировать влияние коммуникационных кампаний на целевые аудитории

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина **«Работа пресс-службы и PR-подразделения в государственных и корпоративных структурах»** входит в Общепрофессиональный цикл по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина **«Работа пресс-службы и PR-подразделения в государственных и корпоративных структурах»** дает обучающимся возможность сформировать теоретические основания (знания) и выработать практические навыки (умения) для решения задач в будущей профессиональной деятельности по направлению коммуникационных активностей и производственных процессов, составляющих содержание данной учебной дисциплины.

4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся.

Профиль «Медиаинновации», профиль «Интегрированные коммуникации» (очно, очно-заочная форма обучения)

Таблица 1

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 4 (в часах)	Семестр 5 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	7/252	126	126
Контактная работа - Аудиторные занятия	118	68	50
Лекции	50	34	16
Семинары, практические занятия	68	34	34
Самостоятельная работа	134 (в т.ч.24 ч на курсовую работу)	67	67
<i>Вид текущего контроля</i>	Курсовая работа		Курсовая работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет, экзамен	Зачет	Экзамен

ИОО, ОП "Реклама и связи с общественностью", Профиль: Медиаинновации" (очно-заочная форма обучения)

Таблица 1

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 5 (в часах)	Семестр 6 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	7/252	126	126
Контактная работа - Аудиторные занятия	68	34	34
Лекции	8	4	4
Семинары, практические занятия	60	30	30
Самостоятельная работа	184 (в т.ч.24 ч на курсовую работу)	92 (в т.ч.24 ч на курсовую работу)	92 (в т.ч.24 ч на курсовую работу)
<i>Вид текущего контроля</i>	Курсовая работа		(в т.ч.24 ч на курсовую работу)
Вид промежуточной аттестации	Зачет, экзамен	Зачет	Экзамен

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в научные основания теории и практики средств массовой информации

Сущность масс-медиа: средства массовой информации vs. средства массовой коммуникации. Галактика Гутенберга и электрическая галактика М. Маклюэна. Изменения мира под влиянием масс-медиа. «Средство есть само сообщение» (М. Маклюэн). Роль символического капитала в социальных полях (П. Бурдьё). Мифологии, конструируемые медиа (Р. Барт). Основные функции медиатекста (Р. Барт, Ю.М. Лотман, Ю. Кристева). Конструирование реальности с помощью медиа (Н. Луман). Функции современных масс-медиа.

Тема 2. История возникновения и развития паблик рилейшнз и рекламы

Зарождение связей с общественностью в США. Развитие рекламы и связей с общественностью в США и Западной Европе в XX веке. Влияние государственной экономической политики на формирование рекламы и паблик рилейшнз.

Особенности и содержание основных этапов развития связей с общественностью: подготовительный этап - период первой мировой войны (1917-1919 гг.). Эпоха экономического бума двадцатых годов (1919-1929 гг.). Эпоха Рузвельта и период второй мировой войны (1930-1945 гг.). Послевоенный период (1945-1965). Развитие связей с общественностью в современной России. Глобальное информационное общество.

Тема 3. Медиа-рилейшнз как направление деятельности связей с общественностью

Базовые понятия медиа-рилейшнз (общественность, коммуникатор, массмедиа). Медиа-рилейшнз как деятельность по созданию медиаобраза.

Коммуникатор, аудитория, эффективность массмедиа. Влияние СМИ на потребительские практики. Лидеры мнений. Повестка дня. Теория культивации Дж. Гербнера и гипотеза установленной повестки дня М. МакКомбса и Д. Шоу.

Медиа-рейтинги как управление информацией. Модели коммуникации Грюнига и Ханта.

Тема 4. Структура медиарынка. Тенденции развития медиаотрасли

Роль СМИ в современном информационном обществе.

Типология СМИ по аудитории, территории распространения, форме собственности и пр. (телевидение, радиовещание, печатная пресса, информационные агентства, интернет СМИ; ежедневные и еженедельные, онлайн СМИ; качественные и массовые издания). Политические СМИ. Деловая пресса.

Основные медиа-холдинги.

Нормативное регулирование деятельности СМИ. Регулирование блогосферы и интернета.

Тема 5. Организация работы современной пресс-службы

Задачи пресс-службы. Создание и реализация стратегии информационной политики компании. Формирование с помощью СМИ общественного мнения в соответствии со стратегией информационной политики компании. Взаимодействие с российскими и иностранными средствами массовой информации в целях полного и объективного освещения деятельности компании. Осуществление взаимодействия и развитие контактов с пресс-службами органов государственной исполнительной власти и местного самоуправления, компаний-партнеров, фирм, работающих на одном рынке с компанией. Анализ тенденций и условий развития профильных СМИ.

Тема 6. Направления работы пресс-службы

Функции пресс-службы. Составление планов работы по реализации стратегии информационной политики компании. Подготовка заявлений и сообщений для средств массовой информации, брифингов и пресс-конференций. Оперативное распространение в СМИ официальных сообщений. Ведение официального сайта компании, поддержка интерактивных сервисов, информационная переписка с посетителями сайта.

Контроль за упоминаниями о компании и руководства в Интернет-источниках, СМИ и неформальных коммуникационных ресурсах. Поддержка рабочих контактов с главными редакторами СМИ, руководителями телерадиокомпаний. Проведение пресс-конференций, брифингов, информационных встреч журналистов. Участие в подготовке и проведении официальных визитов и рабочих поездок по стране и за рубеж в целях их освещения в средствах массовой информации. Подготовка и передача средствам массовой информации теле-, фото - и аудиоматериалов, связанных с деятельностью компании. Подготовка мониторингов.

Изучение материалов средств массовой информации в целях определения их позиций и подготовки для руководства компании обзоров этих материалов, аналитики и справок.

Тема 7. Освещение политической проблематики в СМИ

Специфика освещения политической проблематики в СМИ в зависимости от типа издания. Разнообразие жанров в политической журналистике. Новостные и аналитические телепередачи. Телевизионное информационное меню – основной рацион политического обывателя. Изменение структуры потребления СМИ после выборов 2000 года. Интернет на службе политических технологий.

Важнейшие источники политической информации. Принцип информационной открытости властных структур. Законодательная база и реальная практика. Пресс-служба как фильтр политически значимой информации и пресс-секретарь как «эхо» политического лидера или партии.

Медиатизация политического процесса.

Тема 8. Аналитическое направление деятельности пресс-службы и оценка эффективности коммуникаций

Составление карты СМИ. Мониторинг материалов СМИ и блогосферы. Репутационный и медиа аудит. Качественные и количественные методы анализа публикаций медиа.

Основы работы с базами СМИ, медиа аналитические метрики, изучение эффективности репутационной кампании. Особенности медиа аналитики традиционных СМИ и блогосферы.

Социологические подходы по изучению мнения целевой аудитории. Фокус-группы, массовые опросы в сфере изучения эффективности массовых коммуникаций.

Эволюция методов оценки. Барселонские принципы.

Тема 9. Коммуникационная стратегия

Разработка коммуникационной стратегии. Структура коммуникационной стратегии. Аналитический этап. Цели, задачи, целевая аудитория, ключевые сообщения и каналы коммуникации. Креативная идея. План реализации и интеграция с бизнес-стратегией. Информационная политика компании.

Тема 10. Функции пресс-службы: создание и дистрибуция контента

Жанры публикаций традиционных медиа (заметка, статья, интервью, репортаж). Типы дискурса: факты, аналитика, истории, позиция. Сторителлинг в коммуникациях.

Аудио и видео контент. Коммуникационная специфика кинематографа. Фотография как средство массовой информации.

Тема 11. Продакт-плейсмент и диджитал

Исторические примеры. Образцы массового искусства и бренды. Примеры кампаний блогеров. Почему алкоголь и сигареты усиленно сотрудничают с блогосферой.

Тема 12. Цензура и законодательное ограничение свободы слова.

Цензор в древнем Риме, его полномочия. Цензура в государствах мира и советской России. Органы, занимающиеся цензурой в советской России. Функции Роскомнадзора. Законодательное ограничение свободы СМИ и интернета в России, Китае, Иране, Китае, США и Евросоюзе.

Тема 13. Цифровизация современных средств коммуникации: реальность и перспективы

Специфика сбора и обработки данных операторами связи, банковскими органами, камерами слежения. Китайский опыт по "профилактике правонарушений", мифы об использовании Big Data для таргетинга пользователей в президентскую кампанию Дональда Трампа (Cambridge Analytics), использование искусственного интеллекта Сбербанком и другими государственными структурами. Законодательные ограничения в РФ по сбору данных пользователей иностранными компаниями, опыт Китая, Ирана.

Тема 14. Организация и проведение пресс-конференции

Пресс-конференция как один из основных методов работы со средствами массовой информации. Цели проведения пресс-конференций. Определение состава участников. Подготовка к проведению пресс-конференций. Аккредитация СМИ. Правила модерации. Оценка результатов проведения.

Тема 15. Внутренние коммуникации как направление деятельности пресс-службы

Цели и задачи внутренних коммуникаций. Основные каналы коммуникации. Выпуск корпоративного издания. Тематика и формат внутрикорпоративных изданий. Взаимодействие с сотрудниками через социальные сети. Интранет. Общие корпоративные ценности. HR как сфера, ответственная за выстраивание коммуникаций с сотрудниками. Развитие института амбассадоров.

Тема 16. Специфика деятельности по корпоративной социальной ответственности и устойчивому развитию

Специфика деятельности по корпоративной социальной ответственности (КСО) и устойчивому развитию на примере крупных компаний. Развитие волонтерского и донорского движения в корпоративном секторе. Политика КСО

как основополагающий документ. Цели ООН по устойчивому развитию. Структура и особенности Отчета по устойчивому развитию.

Тема 17. Специфика связей с инвесторами

Связи с инвесторами (IR) - как вид стратегической деятельности компании, по раскрытию финансовой информации компании и предоставление сведений существующим и потенциальным инвесторам.

Взаимодействие PR и IR. Практический кейсы из российской практики.

Тема 18. Специфика связей с государственными органами

Подходы к пониманию сущности деятельности по взаимодействию с государственными органами (GR). Взаимодействие PR и GR. Консалтинг в сфере взаимодействия с госорганами власти и разработка GR-стратегий.

Инструменты GR. Связи с общественными организациями, бизнес-ассоциациями, консультативными органами при органах власти. Мониторинг проблем государственной политики и регуляторной среды. Разработка, внесение и лоббирование законопроектов и нормативно-правовых актов в интересах компаний.

Развитие рынка GR-услуг в России.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 2

№	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1.	Введение в научные основания теории и практики средств массовой информации.	12	6	2	4	6	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
2.	История возникновения и развития паблик рилейшнз и	12	6	2	4	6	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия

	рекламы.						
3.	Медиа-рилейшнз как направление деятельности связей с общественностью.	14	6	2	4	8	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
4.	Структура медиарынка. Тенденции развития медиаотрасли.	14	6	2	4	8	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
5.	Организация работы современной пресс-службы.	10	4	2	2	6	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
6.	Направления работы пресс-службы.	16	6	4	2	10	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
7.	Освещение политической проблематики в СМИ.	12	6	2	4	6	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
8.	Аналитическое направление деятельности пресс-службы и оценка эффективности коммуникаций.	18	8	4	4	10	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
9.	Коммуникационная стратегия.	16	8	2	6	8	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
10.	Функции пресс-службы: создание и дистрибуция контента.	18	10	6	4	8	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
11.	Продакт-плейсмент в искусстве и диджитал.	14	6	2	4	8	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
12.	Цензура и законодательное ограничение свободы слова.	14	4	2	2	8	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
13.	Цифровизация современных средств коммуникации: реальность и перспективы.	18	10	6	4	8	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия

14.	Организация и проведение пресс-мероприятий и пресс-конференции.	12	6	2	4	6	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
15.	Внутренние коммуникации как направление деятельности пресс-службы.	14	8	4	4	8	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
16.	Специфика деятельности по корпоративной социальной ответственности и устойчивому развитию.	14	6	2	4	8	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
17.	Специфика связей с инвесторами	12	6	2	4	6	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
18.	Специфика связей с государственным и органами.	12	6	2	4	6	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
	В целом по дисциплине	252	118	50	68	134	Согласно учебному плану: Курсовая работа
	Итого %	100	47	42	58	53	

ИОО, ОП "Реклама и связи с общественностью", Профиль: Медиаинновации"
(очно-заочная форма обучения)

Таблица 4

№	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1.	Введение в научные основания теории и практики средств массовой информации.	14	2	1	1	12	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
2.	История возникновения и развития публичных отношений и рекламы.	14	2	-	2	12	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия

3.	Медиа-рейтинг как направление деятельности связей с общественностью.	10	4	1	3	6	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
4.	Структура медиарынка. Тенденции развития медиаотрасли.	14	4	-	4	10	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
5.	Организация работы современной пресс-службы.	12	2	1	1	10	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
6.	Направления работы пресс-службы.	12	2	-	2	10	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
7.	Освещение политической проблематики в СМИ.	14	4	1	3	10	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
8.	Аналитическое направление деятельности пресс-службы и оценка эффективности коммуникаций.	18	6	-	6	12	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
9.	Коммуникационная стратегия.	14	4	1	3	10	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
10.	Функции пресс-службы: создание и дистрибуция контента.	18	6	-	6	12	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
11.	Продакт плейсмент в искусстве и диджитал.	14	4	1	3	10	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
12.	Цензура и законодательное ограничение свободы слова.	14	4	-	4	10	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
13.	Цифровизация современных средств коммуникации: реальность и перспективы.	16	6	1	5	10	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
14.	Организация и проведение пресс-	14	4	-	4	10	Доклад, анализ кейсов,

	мероприятий и пресс-конференции.						групповая дискуссия
15.	Внутренние коммуникации как направление деятельности пресс-службы.	16	6	1	5	10	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
16.	Специфика деятельности по корпоративной социальной ответственности и устойчивому развитию.	14	4	-	4	10	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
17.	Специфика связей с инвесторами	12	2	-	2	10	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
18.	Специфика связей с государственными органами.	12	2	-	2	10	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
	В целом по дисциплине	252	68	8	60	184	Согласно учебному плану: Курсовая работа
	Итого %	100	27	12	88	73	

*объем контактной работы в очно-заочной/заочной формах обучения и индивидуальных учебных планах определяется соответствующими учебными планами. Темы, реализуемые в виде контактной работы, определяются преподавателем самостоятельно, исходя из уровня их сложности.

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
Тема 1. Введение в научные основания теории и практики средств массовой информации.	1. Сущность масс-медиа: средства массовой информации vs. средства массовой коммуникации. 2. Галактика Гутенберга и электрическая галактика М. Маклюэна. 3. Изменения мира под влиянием масс-медиа. 4. Опрос и дискуссия по роли символического капитала в социальных полях (П. Бурдьё). 5. Аналитическое задание «Ключевые категории массмедийного конструирования реальности». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: Основные функции медиатекста и их особенности. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8: 4.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.

	Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	
Тема 2. История возникновения и развития публичных релейшнз и рекламы.	1. Зарождение связей с общественностью в США. Развитие рекламы и связей с общественностью в США и Западной Европе в XX веке. 2. Влияние государственной экономической политики на формирование рекламы и публичных релейшнз. 3. История развития связей с общественностью в современной России. 4. Опрос и дискуссия по истории развития связей с общественностью в нашей стране. 5. Творческое задание «Перспективы будущего развития коммуникаций в мире и в России». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: Основные тенденции развития связей с общественностью в 20 веке. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8: 1,3,4,5. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.
Тема 3. Медиа-релейшнз как направление деятельности связей с общественностью.	1. Базовые понятия медиа-релейшнз (общественность, коммуникатор, массмедиа). Медиа-релейшнз как деятельность по созданию медиаобраза. 2. Коммуникатор, аудитория, эффективность массмедиа. 3. Влияние СМИ на потребительские практики. Лидеры мнений. Повестка дня. 4. Опрос и дискуссия по теории культивации Дж. Гербнера и гипотезе установленной повестки дня М. МакКомбса и Д. Шоу. 5. Аналитическое задание «Модели коммуникации Грюнига и Ханта». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: Медиа-релейшнз как управление информацией. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8: 1,4. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.
Тема 4. Структура медиарынка. Тенденции развития медиаотрасли.	1. Роль СМИ в современном информационном обществе. 2. Типология СМИ по аудитории, территории распространения, форме собственности и пр. 3. Нормативное регулирование деятельности СМИ. Регулирование блогосферы и интернета. 4. Опрос и дискуссия по теме «Специфика деятельности деловых СМИ в России». 5. Аналитическое задание «Основные российские медиа-холдинги». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: Типология современных СМИ. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.

	форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8: 6. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	
Тема 5. Организация работы современной пресс-службы.	1. Задачи пресс-службы. 2. Создание и реализация стратегии информационной политики компании. Формирование с помощью СМИ общественного мнения в соответствии со стратегией информационной политики компании. 3. Взаимодействие с российскими и иностранными средствами массовой информации в целях полного и объективного освещения деятельности компании. 4. Опрос и дискуссия по теме «Анализ тенденций и условий развития профильных СМИ». 5. Анализ кейса «Деятельность пресс-служб различных металлургических и горнодобывающих компаний России». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: Алгоритм взаимодействия и развития контактов с пресс-службами органов государственной исполнительной власти и местного самоуправления. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8: 3,5,6. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.
Тема 6. Направления работы пресс-службы.	1. Функции пресс-службы. 2. Специфика взаимоотношений со СМИ. 3. Медиа-карта и необходимость ее наличия. 4. Опрос и дискуссия по теме «Особенности взаимодействия сотрудников пресс-службы со СМИ». 5. Творческое задание «Написание пресс-релиза по заданным параметрам». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: составить перечень основных деловых изданий России. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8: 2,3,5. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.
Тема 7. Освещение политической проблематики в СМИ.	1. Специфика освещения политической проблематики в СМИ в зависимости от типа издания. 2. Разнообразие жанров в политической журналистике. 3. Изменение структуры потребления СМИ после выборов 2000 года. Интернет на службе политических технологий. 4. Опрос и дискуссия по теме: «Медиатизация политического процесса». 5. Аналитическое задание «Важнейшие источники политической информации». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: оригинальные предвыборные ролики российских	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.

	политических партий и движений. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	
Тема 8. Аналитическое направление деятельности пресс-службы и оценка эффективности коммуникаций.	1. Составление карты СМИ. 2. Мониторинг материалов СМИ и блогосферы. Репутационный и медиа аудит. Качественные и количественные методы анализа публикаций медиа. 3. Основы работы с базами СМИ, медиа аналитические метрики, изучение эффективности репутационной кампании. Особенности медиа аналитики традиционных СМИ и блогосферы. 4. Опрос и дискуссия по теме: «Социологические подходы по изучению мнения целевой аудитории». 5. Аналитическое задание «Эволюция методов анализа деятельности СМИ». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: составить медиа-карту ведущих российских деловых СМИ. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8: 1,3,5. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.
Тема 9. Коммуникационная стратегия.	1. Разработка коммуникационной стратегии. 2. Структура коммуникационной стратегии. Аналитический этап. Цели, задачи, целевая аудитория, ключевые сообщения и каналы коммуникации. Креативная идея. 3. План реализации и интеграция с бизнес-стратегией. 4. Опрос и дискуссия по теме: «Технологии разработки коммуникационной стратегии». 5. Анализ кейса «Коммуникационная стратегия на примере российских компаний». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: разработать структуру коммуникационной стратегии компании по заданным параметрам. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8: 4,5. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.
Тема 10. Функции пресс-службы: создание и дистрибуция контента.	1. Жанры публикаций традиционных медиа (заметка, статья, интервью, репортаж и др.). 2. Типы дискурса: факты, аналитика, истории, позиция. 3. Аудио и видео контент. 4. Опрос и дискуссия по теме «Особенности сторителлинга в коммуникациях». 5. Творческое задание «Коммуникационная специфика	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.

	кинематографа». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: Фотография как средство массовой информации. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	
Тема 11. Продакт плейсмент в искусстве и диджитал.	1. Исторические примеры Продакт плейсмент. 2. Образцы массового искусства и бренды. 3. Примеры кампаний блогеров. 4. Опрос и дискуссия по теме: «Специфика сотрудничества блогеров с производителями алкоголя и сигарет». 5. Анализ кейса «Продакт плейсмент в кино». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: разработать сценарий оригинального ролика с элементами Продакт плейсмент. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.
Тема 12. Цензура и законодательное ограничение свободы слова.	1. Цензор в древнем Риме, его полномочия. 2. Цензура в государствах мира и Советской России. 3. Функции Роскомнадзора. 4. Опрос и дискуссия по теме: «Законодательное ограничение свободы СМИ и интернета в России, Китае, США и Евросоюзе». 5. Анализ кейса «Система «Золотой щит» в Китае». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: Цензура в эпоху Русской революции и Советский период. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.
Тема 13. Цифровизация современных средств коммуникации: реальность и перспективы.	1. Специфика сбора и обработки данных операторами связи, банковскими органами, камерами слежения. 2. Китайский опыт по "профилактике правонарушений". 3. Мифы об использовании Big Data для таргетинга пользователей в президентскую кампанию Дональда Трампа (Cambridge Analytics). 4. Опрос и дискуссия по теме: «Big data, плюсы и минусы». 5. Анализ кейса «Система социального рейтинга в Китае». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: Особенности системы распознавания лиц в разных странах. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.

	Рекомендованные источники раздела 8. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	
Тема 14. Организация и проведение пресс-мероприятий и пресс-конференции.	1. Пресс-конференция как один из основных методов работы со средствами массовой информации. 2. Цели проведения пресс-конференций. 3. Подготовка к проведению пресс-конференций. 4. Опрос и дискуссия по теме: «Правила успешной подготовки пресс-конференции». 5. Творческое задание «Разработка плана организации пресс-конференции по заданным параметрам». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: Виды пресс-мероприятий и других публичных выступлений. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8: 5. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия, деловая игра.
Тема 15. Внутренние коммуникации как направление деятельности пресс-службы.	1. Цели и задачи внутренних коммуникаций. 2. Основные каналы внутренних коммуникаций. 3. Выпуск корпоративного издания. 4. Опрос и дискуссия по теме: «Тематика и формат внутрикорпоративных изданий». 5. Анализ кейса «Внутренние коммуникации в крупных российских компаниях». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: Внутренние коммуникации индустриальной компании в период пандемии коронавируса. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.
Тема 16. Специфика деятельности по корпоративной социальной ответственности и устойчивому развитию.	1. Рассмотрение специфики деятельности по корпоративной социальной ответственности (КСО) и устойчивому развитию на примере крупных компаний. 2. Развитие волонтерского и донорского движения в корпоративном секторе. 3. Политика КСО как основополагающий документ. 4. Опрос и дискуссия по теме «Цели ООН по устойчивому развитию и практика их применения в корпоративных коммуникациях». 5. Анализ кейса «Структура и особенности Отчета по устойчивому развитию на примере крупных российских и зарубежных компаний». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: Развитие социального предпринимательства в российских компаниях. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.

	Рекомендованные источники раздела 8. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	
Тема 17. Специфика связей с инвесторами.	1. Связи с инвесторами (IR) - как вид стратегической деятельности компании по раскрытию финансовой информации компании. 2. Взаимодействие PR и IR. 3. Практические IR кейсы из российской практики. 4. Опрос и дискуссия по теме: «Инструменты финансовых коммуникаций». 5. Анализ кейса «Структура IR-коммуникаций на примере крупной российской компании». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: Основные источники финансовой информации. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8: 7. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.
Тема 18. Специфика связей с государственными органами.	1. Подходы к пониманию сущности деятельности по взаимодействию с государственными органами (GR). 2. Взаимодействие PR и GR. 3. Консалтинг в сфере взаимодействия с госорганами власти и разработка GR-стратегий. 4. Опрос и дискуссия по теме: «Инструменты GR – деятельности». 5. Творческое задание «Зарождение института лоббирования в США и его дальнейшее развитие в других странах». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: Основные виды GR-стратегий. 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной/ командной самостоятельной работы в форме доклада. Рекомендованные источники раздела 8: 5. Рекомендованные источники раздела 9: 1,2.	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Введение в научные основания теории и практики средств массовой	1. Массовые коммуникации и средства массовой информации. 2. «Галактика Гутенберга» Герберта Маклюэна.	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов/ прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/

информации.	3. «Символический капитал» Пьера Бурдьё. 4. Работа с литературой и источниками для анализа теоретико-методологических основ теории и практики средств массовой информации. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для развития научных исследований теории и практики СМИ. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа теоретико-методологических основ теории и практики средств массовой информации. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа теоретико-методологических основ теории и практики средств массовой информации. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа теоретико-методологических основ теории и практики средств массовой информации.	методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 2. История возникновения и развития паблик рилейшнз и рекламы.	1. Зарождение связей с общественностью в США. 2. Развитие рекламы и связей с общественностью в США и Западной Европе в XX веке. 3. История развития связей с общественностью в современной России. 4. Работа с литературой и источниками для анализа истории возникновения и развития паблик рилейшнз и рекламы. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для определения основных тенденций в истории возникновения и развития паблик рилейшнз и рекламы. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа истории возникновения и развития паблик рилейшнз и рекламы. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа истории возникновения и развития паблик рилейшнз и рекламы. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа истории возникновения и развития паблик рилейшнз и рекламы.	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 3. Медиа-риллейшнз как направление деятельности связей с общественностью.	1. Базовые понятия медиа-риллейшнз. 2. Медиа-риллейшнз как деятельность по созданию медиаобраза. 3. Влияние СМИ на потребительские практики. 4. Работа с литературой и источниками для анализа медиа-риллейшнз как направления	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и

	деятельности связей с общественностью. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для определения основных направлений влияния СМИ на потребительские практики. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа медиа-рейтингов как направления деятельности связей с общественностью. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа медиа-рейтингов как направления деятельности связей с общественностью. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа медиа-рейтингов как направления деятельности связей с общественностью.	инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 4. Структура медиарынка. Тенденции развития медиаотрасли.	1. Роль СМИ в современном информационном обществе. 2. Типология СМИ по различным характеристикам. 3. Нормативное регулирование деятельности СМИ. Регулирование блогосферы и интернета. 4. Работа с литературой и источниками для анализа тенденций развития медиаотрасли. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для анализа структуры медиарынка. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа тенденций развития медиаотрасли. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа тенденций развития медиаотрасли. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа тенденций развития медиаотрасли.	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 5. Организация работы современной пресс-службы.	1. Задачи пресс-службы. 2. Создание и реализация стратегии информационной политики компании. 3. Основные подходы при формировании структуры пресс-службы в государственных и корпоративных структурах. 4. Работа с литературой и источниками для анализа организации работы современной пресс-службы. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для выявления основных подходов при формировании структуры пресс-службы в государственных и корпоративных структурах.	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос

	6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа организации работы современной пресс-службы. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа организации работы современной пресс-службы. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа организации работы современной пресс-службы.	и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 6. Направления работы пресс-службы.	1. Функции пресс-службы. 2. Составление планов работы по реализации стратегии информационной политики компании. 3. Специфика подготовки заявлений и сообщений для средств массовой информации, брифингов и пресс-конференций. 4. Работа с литературой и источниками для анализа направлений работы пресс-службы. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для определения специфики подготовки заявлений и сообщений для средств массовой информации, брифингов и пресс-конференций. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа направлений работы пресс-службы. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа направлений работы пресс-службы. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа направлений работы пресс-службы.	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 7. Освещение политической проблематики в СМИ.	1. Специфика освещения политической проблематики в СМИ. 2. Разнообразие жанров в политической журналистике. 3. Пресс-служба как фильтр политически значимой информации и пресс-секретарь как «эхо» политического лидера или партии. 4. Работа с литературой и источниками для анализа основных тенденций освещения политической проблематики в СМИ. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для определения ключевых жанров в политической журналистике. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа основных тенденций освещения политической проблематики в СМИ. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа основных тенденций освещения политической проблематики в	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной

	СМИ. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа основных тенденций освещения политической проблематики в СМИ.	самостоятельной работы.
Тема 8. Аналитическое направление деятельности пресс-службы и оценка эффективности коммуникаций.	1. Основы работы с базами СМИ, медиа аналитические метрики, изучение эффективности репутационной кампании. 2. Особенности медиа аналитики традиционных СМИ и блогосферы. 3. Социологические подходы по изучению мнения целевой аудитории. 4. Работа с литературой и источниками для анализа направления по оценке деятельности пресс-службы и эффективности коммуникаций. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для анализа оценки эффективности коммуникаций. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа направления по оценке деятельности пресс-службы и эффективности коммуникаций. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа направления по оценке деятельности пресс-службы и эффективности коммуникаций. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа направления по оценке деятельности пресс-службы и эффективности коммуникаций.	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 9. Коммуникационная стратегия.	1. Разработка коммуникационной стратегии. 2. Структура коммуникационной стратегии. 3. План реализации и интеграция с бизнес-стратегией. 4. Работа с литературой и источниками для анализа структуры коммуникационной стратегии. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для оценки технологий разработки коммуникационной стратегии. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа структуры коммуникационной стратегии. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа структуры коммуникационной стратегии. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа структуры коммуникационной стратегии.	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.

Тема 10. Функции пресс-службы: создание и дистрибуция контента.	1. Жанры публикаций традиционных медиа. 2. Коммуникационная специфика кинематографа. 3. Фотография как средство массовой информации. 4. Работа с литературой и источниками для анализа деятельности пресс-службы по созданию и дистрибуции контента. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для анализа коммуникационной специфики кинематографа. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа деятельности пресс-службы по созданию и дистрибуции контента. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа деятельности пресс-службы по созданию и дистрибуции контента. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа деятельности пресс-службы по созданию и дистрибуции контента.	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 11. Продакт плейсмент в искусстве и диджитал.	1. Преимущества и недостатки Продакт плейсмент в искусстве и диджитал. 2. Исторические примеры Продакт плейсмент в искусстве и диджитал. 3. Образцы массового искусства и бренды. 4. Работа с литературой и источниками для анализа преимуществ и недостатков Продакт плейсмент в искусстве и диджитал. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для изучения исторических примеров Продакт плейсмент в искусстве и диджитал. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа преимуществ и недостатков Продакт плейсмент в искусстве и диджитал. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа преимуществ и недостатков Продакт плейсмент в искусстве и диджитал. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа преимуществ и недостатков Продакт плейсмент в искусстве и диджитал.	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 12. Цензура и законодательное ограничение свободы слова.	1. Функции цензора в Древнем Риме. 2. Функции Роскомнадзора. 3. Законодательное ограничение свободы СМИ и интернета в России, Китае, США и Евросоюзе. 4. Работа с литературой и источниками для	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор

	анализа тенденций законодательного ограничения свободы СМИ и интернета в России и других странах мира. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для изучения законодательного ограничения свободы СМИ и интернета в Китае. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа тенденций законодательного ограничения свободы СМИ и интернета в России и других странах мира. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа тенденций законодательного ограничения свободы СМИ и интернета в России и других странах мира. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа тенденций законодательного ограничения свободы СМИ и интернета в России и других странах мира.	онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 13. Цифровизация современных средств коммуникации: реальность и перспективы.	1. Специфика сбора и обработки данных операторами связи, банковскими органами, камерами слежения. 2. Законодательные ограничения в РФ по сбору данных пользователей иностранными компаниями. 3. Персональные данные. 4. Работа с литературой и источниками для анализа направлений цифровизации современных средств коммуникации. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для изучения специфики сбора и обработки персональных данных в различных странах мира. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа направлений цифровизации современных средств коммуникации. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа направлений цифровизации современных средств коммуникации. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа направлений цифровизации современных средств коммуникации.	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 14. Организация и проведение пресс-мероприятий и пресс-конференции.	1. Пресс-конференция как один из основных методов работы со средствами массовой информации. 2. Цели проведения пресс-конференций. 3. Правила успешного проведения пресс-конференции. 4. Работа с литературой и источниками для анализа нюансов организации и проведения	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной

	пресс-мероприятий и пресс-конференций. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для изучения практических примеров успешного проведения пресс-конференций. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа нюансов организации и проведения пресс-мероприятий и пресс-конференций. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа нюансов организации и проведения пресс-мероприятий и пресс-конференций. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа нюансов организации и проведения пресс-мероприятий и пресс-конференций.	работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 15. Внутренние коммуникации как направление деятельности пресс-службы.	1. Цели и задачи внутренних коммуникаций. 2. Основные каналы внутренних коммуникаций. 3. Общие корпоративные ценности. 4. Работа с литературой и источниками для анализа внутренних коммуникаций как направления деятельности пресс-службы. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для изучения основных каналов внутренних коммуникаций. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа внутренних коммуникаций как направления деятельности пресс-службы. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа внутренних коммуникаций как направления деятельности пресс-службы. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа внутренних коммуникаций как направления деятельности пресс-службы.	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 16. Специфика деятельности по корпоративной социальной ответственности и устойчивому развитию.	1. Рассмотрение специфики деятельности по корпоративной социальной ответственности (КСО) и устойчивому развитию на примере крупных компаний. 2. Развитие волонтерского и донорского движения в корпоративном секторе. 3. Политика КСО как основополагающий документ. 4. Работа с литературой и источниками для анализа специфики деятельности по корпоративной социальной ответственности и устойчивому развитию в корпоративном секторе. 5. Работа с рекомендованными онлайн-	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос

	сервисами и инструментами для изучения примеров развития волонтерского и донорского движения в корпоративном секторе. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа специфики деятельности по корпоративной социальной ответственности и устойчивому развитию в корпоративном секторе. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа специфики деятельности по корпоративной социальной ответственности и устойчивому развитию в корпоративном секторе. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа специфики деятельности по корпоративной социальной ответственности и устойчивому развитию в корпоративном секторе.	и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 17. Специфика связей с инвесторами.	1. Связи с инвесторами (IR) - как вид стратегической деятельности компании по раскрытию финансовой информации компании и предоставление сведений существующим и потенциальным инвесторам. 2. Взаимодействие PR и IR. 3. Инструменты финансовых коммуникаций. 4. Работа с литературой и источниками для анализа специфики IR как вида стратегической деятельности компании по раскрытию финансовой информации компании. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для изучения инструментов финансовых коммуникаций. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа специфики IR как вида стратегической деятельности компании по раскрытию финансовой информации компании. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа специфики IR как вида стратегической деятельности компании по раскрытию финансовой информации компании. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа специфики IR как вида стратегической деятельности компании по раскрытию финансовой информации компании.	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
Тема 18. Специфика связей с государственными органами.	1. Консалтинг в сфере взаимодействия с госорганами власти (GR) и разработка GR-стратегий. 2. Инструменты GR. 3. Развитие рынка GR-услуг в России.	1. Формирование знаний: анализ проблем/ трендов / прогнозов по теме; обзор теоретических/ эмпирических/ методических оснований для

	4. Работа с литературой и источниками для анализа специфики взаимодействия компаний с государственными органами власти. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для анализа развития рынка GR-услуг в России. 6. Организация индивидуальной/ командной работы по выполнению анализа специфики взаимодействия компаний с государственными органами власти. 7. Выбор способа решения задания по выполнению анализа специфики взаимодействия компаний с государственными органами власти. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению анализа специфики взаимодействия компаний с государственными органами власти.	исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме/ моделирование результатов решения профессиональных задач по теме/ анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса/ групповое упражнение/ творческое задание; постановка задания/ мониторинг хода работ/ контроль результата индивидуальной/ командной самостоятельной работы.
--	---	--

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерные темы курсовой работы:

1. Технология и особенности создания пресс-релиза.
2. Подготовка пиар материалов для СМИ.
3. Виды и особенности пиар текстов.
4. Коммуникационная работа с персоналом в кризисных ситуациях.
5. Модульная схема организации PR-коммуникации: задачи этапа оценки реакций аудитории.
6. Сравнительный анализ рынка коммуникационных услуг в России и за рубежом.
7. Организация работы корпоративного пресс-центра.
8. Подготовка коммуникационных программ: цели, аудитория, коммуникативные аспекты.
9. Определение проекта как типа PR-решения. Основные этапы управления PR-проектом.
10. Циклы информационного пространства. Проблема интеграции PR-решения в динамику медиапотребления.
11. Процесс работы с медиапланом и системное управление рекламными кампаниями.
12. СМИ как канал выхода на различные аудитории в связях с общественностью.
13. Журналисты как ключевая аудитория связей с общественностью.

14. Цели и формы взаимоотношений подразделений по связям с общественностью и СМИ.
15. Правила проведения коммуникационных кампаний в СМИ.
16. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ.
17. Особенности подготовки пиар материалов для СМИ.
18. Информационные и имиджевые пиар документы.
19. Особенности составления годового отчета: типовая структура и разновидности.
20. Особенности организации и проведения пресс-конференции.
21. Организация и этапы проведения коммуникационных кампаний.
22. Оценка эффективности пиар кампаний.
23. Социальные аспекты пиар кампаний.
24. Пиар мероприятия по формированию корпоративного имиджа.
25. Взаимодействие служб по связям с общественностью с клиентами компании.
26. Методы работы служб по связям с инвесторами.
27. Контент-анализ материалов СМИ.
28. Характеристика стратегических и тактических медиа: бизнес-модели, технологии, тренды.
29. Актуальные риски для рекламной бизнес-модели медиа.
30. Характеристика и трансформации современных медиарилейшнз.
31. Медиакомпозиция шортрид: элементы, варианты структуры, жизненный цикл.
32. Медиакомпозиция лонгрид: элементы, варианты структуры, жизненный цикл.
33. Фактическая и смысловая интеграция текста и контекста в содержании контента.
34. Организация мониторинга текущего и будущего состояния инфопространства: интеграция экспертизы и автоматизации.
35. Аналитика инфопространства: инфофигуры открытия, кульминации и закрытия интереса к теме.
36. Алгоритм деятельности подразделения по связям с общественностью на крупном предприятии в кризисной ситуации.
37. Программа внутренних коммуникаций для сотрудников крупной компании в кризисный период.
38. Программа коммуникационного продвижения малого города как туристического центра.
39. Подготовка пресс-релиза по заданным параметрам.
40. Анализ коммуникационной деятельности крупной компании.
41. План выпуска корпоративного издания для крупной компании по заданным параметрам.
42. Особенности политического пиара.

43. Роль и место масс-медиа в политическом процессе.
44. Общая характеристика современных средств масс-медиа.
45. Паблисити как связующее звено между рекламой и PR.
46. Основные средства паблисити.
47. Основные цели и задачи паблисити.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2. «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примеры оценочных средств для проверки компетенций, формируемых дисциплиной

Таблица 5

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПКН -1: Способность создавать коммуникационные продукты, востребованные обществом и коммуникационными индустриями, в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-	1. Создает коммуникационные продукты в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента.	знать: коммуникационные продукты распространяемые через разные каналы. уметь: анализировать тенденции развития разных каналов дистрибуции.	Задание 1. Индивидуальное тестовое задание соотнести специфические задачи коммуникационного продвижения с перечнем оптимальных коммуникационных подходов. Перечень задач составляется на основании анализа текущей повестки дня в России и мире.

контента в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	2. Корректирует созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	знать: основные механизмы знаковых систем и соответствие их коммуникационным продуктам. уметь: понимать последствия общественных перемен в результате использования социально одобряемых коммуникационных продуктов.	Задание 2. Презентация в группе с представлением вариантов проекта (целей и задач, коммуникационных механизмов), которые позволяют приблизиться к выбранной цели.
ПКН-6: Способность использовать в профессиональной деятельности актуальный набор средств массовой информации региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	1. Организует взаимодействие со СМИ, лидерами мнений, цифровые коммуникации и публичные выступления.	знать: особенности средств массовой информации региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов. уметь: осуществлять эффективную коммуникацию и владеть общими навыками работы с коммуникациями.	Задание 1. Задание в группе подготовить презентацию на основании текущей международной новостной повестки, разбирающимися примерами использования передовых коммуникационных технологий.
	2. Корректирует коммуникационные активности в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования.	знать: особенности формальных и неформальных коммуникационных механизмов, оказывающих влияние на экономическую, политическую и социальную сферу. уметь: подбирать исходя из особенностей технического задания перечень формальных и неформальных коммуникационных институтов для реализации информационной стратегии.	Задание 2. Задание разработать коммуникационную концепцию продвижения продукта международной корпорации в различных регионах мира, учитывая местную специфику. Групповое задание в формате презентации.

Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Охарактеризуйте роль СМИ в современном информационном обществе.

2. Сформулируйте основные подходы к сущности масс-медиа.
3. Раскройте специфику восприятия медиа массовым сознанием.
4. Дайте характеристику основным медиа-феноменам.
5. В чем основные особенности концепции глобализации масс-медиа?
6. Охарактеризуйте взаимодействие журналистики и коммуникационной деятельности.
7. Сформулируйте в чем состоит суть медиатизации политического процесса.
8. Раскройте роль масс-медиа в публичной сфере современной России.
9. Докажите, что от выбора масс-медиа зависит эффективность коммуникативных связей.
10. Покажите особенности и использование в политике аудиальных масс-медиа.
11. Опишите деятельность по созданию и распространению печатного дискурса.
12. Во время самостоятельной работы опишите в табличной форме основные черты фотографии как средства масс-медиа.
13. Дайте характеристику различных подходов к масс-медиа.
14. Во время самостоятельной работы подготовьте научное сообщение о сетевых коммуникациях масс-медиа: их акторах, целях, поле действия, стратегиях и инструментах.
15. Подготовьте план выступления: «Роль и место масс-медиа в политическом процессе».
16. Раскройте коммуникационную специфику кинематографа.
17. Определите условия для выбора структуры и масштаба подразделения по связям с общественностью.
18. Обоснуйте цель, особенности реализации и условия эффективности различных медиа-коммуникаций.
19. Во время самостоятельной работы опишите роль и место телевизионной коммуникации в политике.
20. Структура организации современной пресс-службы: принципы и примеры.
21. Алгоритм работы пресс-службы в кризисной ситуации: последовательность действий.

22. Подготовьте в табличной форме различные информационно-коммуникативные технологии в системе государственного управления.
23. Раскройте сущностные признаки и содержательные черты масс-медиа.
24. Дайте общую характеристику средств масс-медиа.
25. Во время самостоятельной работы раскройте содержание концепций электронной демократии, цифрового правительства и публичной сферы на конкретных примерах.
26. Основные этапы развития корпоративного пиар в современной России.
27. Во время самостоятельной работы подготовьте презентационный материал, раскрывающий особенности процесса медиаобразования в интересах демократизации политического процесса.
28. Основные типы информационных материалов для СМИ.
29. Исторические стадии развития коммуникаций в концепции Герберта Маклюэна и их сущность.
30. Специфика работы пресс-службы в России.
31. Функции пресс-службы.
32. Взаимодействие пресс-службы с информационными агентствами.
33. Особенности неформального общения с журналистами.
34. Пресс-секретарь как ньюсмейкер.
35. Взаимодействие пресс-секретаря и ньюсмейкера.
36. Характеристика основных разделов коммуникационной стратегии.
37. Жанры публикаций традиционных медиа.

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Паблик рилейшнз как наука.
2. Критерии эффективности взаимоотношений со СМИ.
3. Классификация и основные направления услуг в области паблик рилейшнз.
4. Роль паблик рилейшнз в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции паблик рилейшнз.
5. Нормативное регулирование деятельности в сфере паблик рилейшнз.
6. Соотношение понятий и функций пиар и рекламы, маркетинга, журналистики.

7. Специфика публичных отношений в коммерческом секторе.
8. Специфика публичных отношений в общественных объединениях.
9. Специфика публичных отношений в государственных учреждениях.
10. Развитие рекламы и связей с общественностью в США и Западной Европе в XX веке.
11. Специфика политических публичных отношений.
12. Понятие СМИ, их функции.
13. СМИ как инструмент формирования общественного мнения.
14. Технология манипуляции сознанием и пиар-технологии.
15. Четыре основных этапа циклического процесса решения проблемы публичных отношений, их содержание.
16. Модели связей с общественностью, или типы коммуникационной политики.
17. Работа с прессой /публицити.
18. Профессиональные навыки специалиста по связям с государственными органами.
19. Что такое big data? Назовите основные сферы использования big data.
20. Основные этапы в деятельности по связям с госорганами. Последовательность действий.
21. Организационные основы коммуникационной деятельности.
22. Место подразделений по связям с общественностью в организационной структуре организации.
23. Содержание и элементы коммуникации.
24. Виды пресс-мероприятий, которые используются в пиар-деятельности и расскажите, в каких случаях они используются.
25. Разработка пиар-программы.
26. Методы оценки эффективности коммуникаций.
27. Основные виды инструментов по связям с инвесторами.
28. Основные каналы внутренних коммуникаций.
29. Стратегии кризисной коммуникации.
30. Имиджевые корпоративные документы.
31. Служебные пиар-документы.

32. Мероприятия в публичных отношениях.
33. Правила создания новостей и информационных поводов.
34. Пресс-релизы: виды, правила составления и распространения.
35. Публичные выступления. Интервью и пресс-конференции.
36. Мероприятия, направленные на установление и поддержание отношений со СМИ.
37. Цели и задачи внутренних коммуникаций.
38. Связи с инвесторами как вид стратегической деятельности компании. Цели и задачи.
39. Специфика деятельности подразделения по связям с общественностью в публичной компании.
40. Ключевые цели устойчивого развития ООН и их использование в пиар-деятельности компаний.
41. Что такое «корпоративная социальная ответственность» (КСО) и какую роль она играет в пиар-деятельности?
42. Основные приоритеты деятельности крупной компании в области корпоративной социальной ответственности (КСО).
43. СМИ как инструмент формирования общественного мнения.
44. Вклад пиар в стратегическое управление организацией.
45. Понятие устойчивого развития. Для чего это направление необходимо развивать современным компаниям?
46. Понятие корпоративной стратегии, концепции и миссии.
47. Что такое пресс-тур, какие бывают пресс-туры и для решения каких задач они организуются?
48. Пиар-технологии в привлечении инвестиций.
49. Понятие спонсоринга, фандрайзинга.
50. Понятие внутрикорпоративных коммуникаций.
51. Общее и отличное в подходах управленцев по персоналу и пиар-специалистов. Внутрикорпоративная (организационная) культура.
52. Роль внутрикорпоративных коммуникаций в функционировании компании.
53. Виды связей с госорганами, их краткая характеристика.

54. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами и акционерами.
55. Различие в понимании юридической и социальной ответственности.
56. Подходы к пониманию сущности деятельности по связям с госорганами.
57. Виды средств коммуникаций и характеристика эффективности воздействия каждого из них на целевые и ключевые аудитории.
58. Решение (содействие решению) экономической (социальной, политической) задачи коммуникационными средствами.
59. Пиар-служба в коммерческой фирме: структура, особенности.
60. Пиар-подразделение в государственной организации: структура, особенности функционирования, взаимодействие с профессиональными пиар-агентствами.
61. Предвыборные мероприятия. Работа службы пиар на выборах разного уровня.

Пример экзаменационного билета

БИЛЕТ № 1

Вопрос 1 (20 баллов)

Решение (содействие решению) экономической (социальной, политической) задачи пиар-средствами

Вопрос 2 (20 баллов)

Пиар-служба в коммерческой фирме: структура, особенности

Вопрос 3 (20 баллов)

Подразделение по связям с общественностью в государственной организации: структура, особенности функционирования, взаимодействие с профессиональными пиар-агентствами

Подготовил:

степень, звание, должность: _____ / Фамилия И.О. /

Утверждаю:

Заведующий кафедрой

массовых коммуникаций и медиабизнеса

_____ / И.Н. Молодцов /

« ____ » _____ 202__ г.

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

Основная литература:

1. Кафтан, В. В. Концепции, практики и технологии современных медиа : учебник / В. В. Кафтан. — Москва : КноРус, 2025. — 513 с. — ISBN 978-5-406-14228-8. — ЭБС BOOK.ru. — URL: <https://book.ru/book/956771> (дата обращения: 19.12.2024). — Текст : электронный.
2. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 238 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019658-9. — ЭБС ZNANIUM. — URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2131859> (дата обращения: 19.12.2024). — Текст : электронный.
3. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18185-2. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534505> (дата обращения: 19.12.2024). — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

4. Коммуникационная политика компаний: средства, технологии, управление: сборник статей/; под ред. Л. В. Кутыркиной, Коллектив авторов. — Москва: Русайнс, 2022. — 147 с. — ISBN 978-5-4365-5286-6. — ЭБС BOOK.ru. — URL: <https://book.ru/book/943389> (дата обращения: 19.12.2024). — Текст: электронный.
5. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии : практическое пособие / П. А. Кузнецов. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 294 с. - ISBN 978-5-394-04872-2. — ЭБС ZNANIUM. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082442> (дата обращения: 19.12.2024). — Текст : электронный.
6. Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник / А.А. Марков. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2518. - ISBN 978-5-16-006212-9. — ЭБС ZNANIUM. — URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2091918> (дата обращения: 19.12.2024). - Текст : электронный.

7. Мишон, Е. В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. — Москва: КноРус, 2023. — 172 с. — ISBN 978-5-406-11838-2. — ЭБС BOOK.ru. — URL: <https://book.ru/book/949867> (дата обращения: 19.12.2024). — Текст: электронный.

8. Чаган, Н. Г. Public Relations: управление преднамеренными коммуникациями : учебное пособие / Н. Г. Чаган. — Москва : Русайнс, 2024. — 289 с. — ISBN 978-5-466-05316-6. — ЭБС BOOK.ru. — URL: <https://book.ru/book/953028> (дата обращения: 19.12.2024). — Текст : электронный.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Федеральная ЭБС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». — URL: <http://window.edu.ru>

2. Электронные ресурсы БИК:

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
- Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства Лань <https://e.lanbook.com/>
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
- Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления»: <http://eduvideo.online/>
- Библиотека онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу издательства Henry Stewart Talks <https://hstalks.com/business/>
- Henry Stewart Talks: Journals in The Business & Management Collection <https://hstalks.com/business/journals/>
- Справочная правовая система «Консультант Плюс» <https://www.consultant.ru/>
- Справочная правовая система «ГАРАНТ» <https://www.garant.ru/>
- CNKI. Academic Reference <https://ar.oversea.cnki.net/>

- CNKI. China Academic Journals Full-text Database
<https://oversea.cnki.net/kns?dbcode=CFLQ>
- JSTOR Arts & Sciences I Collection <http://jstor.org>
- Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
- Коллекция научных журналов Oxford University Press
<https://academic.oup.com/journals/>
- Электронные коллекции книг и журналов издательства Springer:
<http://link.springer.com/>
- База данных научных журналов издательства Wiley
<https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины утверждены Приказом Финансового университета от 11.05.2021 №1040/о «Об утверждении Методических рекомендаций по планированию и организации самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Windows, Microsoft Office.
2. Антивирус Kaspersky.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-правовая система «Гарант».
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс».
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>.
4. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» -
<http://www.skrin.ru/>.

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используются.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-технические условия проведения лекционных занятий обеспечиваются аудиториями, оснащенными компьютерами на платформе Intel, проекторами, а также маркерными досками.

Материально-технические условия проведения практических занятий обеспечиваются компьютерные классы, оснащенные персональными компьютерами (компьютер, проектор, экран) на платформе Intel (AMD или аналогичной), выделенными серверами на платформе Intel (AMD), объединенные в локальную сеть университета и имеющие доступ к глобальной сети Интернет оборудованных проектором. Презентационная техника.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины утверждены Приказом Финансового университета от 11.05.2021 №1040/о «Об утверждении Методических рекомендаций по планированию и организации самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Windows, Microsoft Office.
2. Антивирус Kaspersky.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-правовая система «Гарант».
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс».
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>.
4. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» -

<http://www.skrin.ru/>.

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используются.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-технические условия проведения лекционных занятий обеспечиваются аудиториями, оснащенными компьютерами на платформе Intel, проекторами, а также маркерными досками.

Материально-технические условия проведения практических занятий обеспечиваются компьютерные классы, оснащенные персональными компьютерами (компьютер, проектор, экран) на платформе Intel (AMD или аналогичной), выделенными серверами на платформе Intel (AMD), объединенные в локальную сеть университета и имеющие доступ к глобальной сети Интернет оборудованных проектором. Презентационная техника.