

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Департамент политологии и массовых коммуникаций

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по развитию образователь-
ных программ

 _____ Е.А. Каменева

« 03 » февраля _____ 2020 г.

М.Б. Понявина

**ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ И
КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ PR**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью,

профиль "Реклама и связи с общественностью"

*Рекомендовано Ученым советом Факультета социологии и политологии
протокол № 22 от «27» января 2020 г.*

*Одобрено Советом учебно-научного департамента политологии и массовых коммуникаций
протокол № 1 от «15» января 2020 г.*

Москва 2020

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Департамент политологии и массовых коммуникаций

М.Б. Понявина

**ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ И
КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ PR**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью,

профиль "Реклама и связи с общественностью"

Москва 2020

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Департамент политологии и массовых коммуникаций

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по развитию
образовательных программ

_____ Е.А. Каменева

« 03 » февраля 2020 г.

М.Б. Понявина

**ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ И
КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ PR**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью,

профиль "Реклама и связи с общественностью"

*Рекомендовано Ученым советом Факультета социологии и политологии
протокол № 22 от «27» января 2020 г.*

*Одобрено Советом учебно-научного департамента политологии и массовых коммуникаций
протокол № 1от «15» января 2020 г.*

Москва 2020

УДК 614.77(073)
ББК 65.47
© П56

Рецензенты: Р.В. Пырма к.п.н., доцент Департамента политологии и массовых коммуникаций,
А.В. Брега, д.п.н., профессор Департамента политологии и массовых коммуникаций

М.Б. Понявина «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в сфере PR»
Рабочая программа дисциплины для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль "Реклама и связи с общественностью".

Дисциплина «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в сфере PR» входит в модуль дисциплин по выбору, углубляющих освоение профиля "Реклама и связи с общественностью" по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Рабочая программа дисциплины содержит перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, учебно-тематический план, программу, тематику семинарских занятий и вопросы для их проведения, фонд оценочных средств, учебно-методическое обеспечение дисциплины, методические указания по изучению дисциплины.

УДК 614.77(073)

ББК 65.47

© П56

Учебное издание

Мария Борисовна Понявина

ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ И КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ PR

Рабочая программа дисциплины

Компьютерный набор, верстка М.Б.Понявина
Формат 60х90/16. Гарнитура *Times New Roman*

Усл. п.л. ____ Изд. № ____ Тираж ____ экз.

Заказ _____

©Понявина М.Б., 2020

© Финансовый университет, 2020

Содержание

1. Наименование дисциплины	4
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.....	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	6
5.1. Содержание дисциплины	6
5.2. Учебно-тематический план.....	8
5.3. Содержание семинаров и практических занятий	9
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	11
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	11
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	13
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	16
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	19
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети	20
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	20
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	26
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	26

1. Наименование дисциплины

Дисциплина «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в сфере PR».

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

Таблица 1.

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (владения ² , умения и знания), соотношенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования	1.Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. 2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.	1. <i>знать</i> : – современные медиакоммуникационные системы региона, страны и мира. <i>уметь</i> : – использовать современные медиакоммуникационные системы региона, страны и мира исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования; 2. <i>знать</i> : – формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня. <i>уметь</i> : – понимать формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня;
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и	1.Работает с необходимым программным обеспечением, офисной техникой, информационно-	1. <i>знать</i> : – современные технические средства информационно-коммуникационных технологий; <i>уметь</i> : – использовать современное программное обеспечение, офисную технику,

¹ Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

² Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

	информационно-коммуникационные технологии	коммуникативными технологиями для комплексной постановки и решения задач профессиональной деятельности 2. Работает с информационно-поисковыми системами в сети Интернет и Инtranет, работает с открытыми базами данных.	информационно-коммуникационные технологии в целях комплексного управления профессиональной деятельностью; 2. <i>знать:</i> — особенности использования информационно-поисковых систем в сети Интернет и Инtranет, открытых база данных. <i>уметь:</i> — использовать информационно-поисковые системы сети Интернет и Инtranет, — работать с открытыми базами данных.
ПКП-5	Способность использовать цифровые коммуникации для реализации коммуникационной стратегии	1. Использует цифровые и мобильные коммуникации с целью реализации коммуникационной стратегии. 2. Адаптирует цифровые коммуникации к стратегическим целям.	1. <i>знать:</i> — особенности цифровых и мобильных коммуникаций для реализации коммуникационной стратегии. <i>уметь:</i> — применять цифровые и мобильные коммуникации с целью реализации коммуникационной стратегии. 2. <i>знать:</i> — особенности адаптации цифровых коммуникаций к стратегическим целям. <i>уметь:</i> — приспособливать цифровые коммуникации к стратегическим целям.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в сфере PR» входит в модуль дисциплин по выбору, углубляющих освоение профиля "Реклама и связи с общественностью" по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

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

Таблица 2.

Вид учебной работы по дисциплине		
----------------------------------	--	--

	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е./108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	50	50
<i>Лекции</i>	16	16
<i>Семинары, практические занятия</i>	34	34
Самостоятельная работа	58	58
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

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

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в связях с общественностью

Роль и место коммуникации в современном информационном обществе. Социальные связи, взаимодействия и отношения. Значение социальных ценностей для организации коммуникаций. Проблема определения коммуникаций. Признаки коммуникации. Коммуникационная теория как поле. Риторический подход к коммуникации Аристотеля. Уровни коммуникации: технологический, идеологический, философский. Виды коммуникаций: массовая, институциональная, межгрупповая, внутригрупповая, межличностная, внутриличностная. Функции коммуникации. Основные характеристики коммуникативного процесса: адресаты и адресанты, источники, кодирование-декодирование, сообщение, коммуникационный канал, средства передачи-приема. Коммуникативные барьеры.

Тема 2. Концепция информационного общества

Информационное общество. Переработка информации. Особенности распространения информации в современном обществе. Проблемы планирования и осуществления государственных и межгосударственных программ по развитию информационных технологий. Аудитория сети Интернет в России и других странах мира.

Тема 3. Современные информационно-коммуникативные технологии.

Определение информационно-коммуникативной технологии. Конструктивные и деструктивные информационно-коммуникативные технологии. PR как информационно-коммуникативная технология. Отличия PR от рекламы, пропаганды, манипуляции сознанием. Многообразие проявлений PR: концепции Э. Бернейса, А. Ли, С. Блэка, Ф. Буари. Американский (Ф. Котлер) и европейский (Ф. Китчен) подходы к PR. PR как вид коммуникативной деятельности. Субъекты и объекты PR. Силы и средства PR. Основные формы реализации PR. Модели PR-деятельности. Результаты коммуникативного воздействия: символический и публичный капитал.

Информационная война как коммуникативная технология. Определение информационной войны: онтологический, психологический, семантический, знаково-символический подходы. Приемы, методы и способы реализации информационной войны. Силы и средства информационной войны. Негативные последствия реализации коммуникативных технологий.

Тема 4. Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг

Составляющие компоненты сферы телекоммуникаций: телефонные сети общего пользования, Интернет, IP-телефония, сотовая связь, трекинг-связь, радио, телевидение и т.д. Характеристика основных особенностей рынка телекоммуникаций, учет которых необходим для работы PR-специалиста. Основные целевые аудитории и их профиль. Основные Интернет-ресурсы. Концепция социально ответственного бизнеса в приложении к сфере телекоммуникаций. PR-мероприятия, реализуемые коммерческими, некоммерческими и политическими организациями в сети Интернет. Интернет-сайт как основной инструмент

коммуникации в сети Интернет. Самостоятельное создание сайта на бесплатных платформах: Wix, Tilda Publishing, uKit. Взаимоотношения телекоммуникационных фирм со СМИ. Отношения СМИ к телекоммуникационной сфере, основные характеристики отраслевых СМИ. Основные трудности взаимоотношений PR-специалистов со СМИ. Особенности формирования информационного повода и подготовки пресс-релизов для СМИ. Проблемы неценовой конкуренции на рынке телекоммуникационных услуг.

Тема 5. Основы Social Media Marketing

SMM как один из основных инструментов маркетинга. Особенности SMM и Социальных сетей в Российском сегменте Интернета. Аудитория Рунета. Проникновение интернета среди разных возрастных групп. Российский рынок Социальных Сетей и зарубежные аналоги SMM бизнес. Мобильные приложения. Таргетинг. Аналитика в SMM. Блогосфера, репутационный менеджмент, персональный брендинг и нестандартные инструменты.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 3.

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Трудоемкость в часах					Самосто- ятельная работа	Формы текущего контроля успеваемос- ти
		Всего	Аудиторная работа					
			Общая в т.ч.:	Лекции	Семина- ры, практи- ческие заняти- я	Заняти- я в интера- ктивны- х формах 3		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в связях с общественностью	22	10	4	6	2	12	Домашнее задание. Опрос, групповая дискуссия
2.	Концепция информационного общества	22	10	4	6	2	12	Домашнее задание, анализ

³ Указывается для тех программ, которые формируются на основе ФГОС ВО, в которых содержится требование о наличии занятий в интерактивных формах

								кейсов. Опрос, диспут
3.	Современные информационно-коммуникативные технологии	24	12	4	8	4	12	Домашнее задание, презентация и обсуждение, доклады и их групповое обсуждение
4.	Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг	22	10	2	8	4	12	Домашнее задание, анализ кейсов, опрос, групповая дискуссия
5.	Основы Social Media Marketing	18	8	2	6	2	10	Контрольная работа
	В целом по дисциплине:	108	50	16	34	14	58	Согласно учебному плану: контрольная работа
	Итого в%					28		

5.3. Содержание семинаров и практических занятий

Таблица 4.

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в связях с общественностью	Роль и место коммуникации в современном информационном обществе. Социальные связи, взаимодействия и отношения. Значение социальных ценностей для организации коммуникаций. Проблема определения коммуникаций. Признаки коммуникации. Коммуникационная теория как поле. Риторический подход к коммуникации Аристотеля. Уровни коммуникации: технологический, идеологический, философский. Виды коммуникаций: массовая, институциональная, межгрупповая, внутригрупповая, межличностная, внутриличностная. Функции коммуникации. Основные характеристики коммуникативного процесса: адресаты и адресанты, источники, кодирование-декодирование, сообщение,	Дискуссия

	<p>коммуникационный канал, средства передачи-приема. Коммуникативные барьеры.</p> <p>Опрос студентов по вопросам темы.</p> <p>Научная дискуссия.</p> <p><u>Рекомендуемые источники</u> <u>Рекомендуемые источники из раздела 8: 1, 2, 3, 4,</u></p>	
Концепция информационного общества	<p>Информационное общество. Переработка информации. Особенности распространения информации в современном обществе.</p> <p>Проблемы планирования и осуществления государственных и межгосударственных программ по развитию информационных технологий. Аудитория сети Интернет в России и других странах мира.</p> <p>Научная дискуссия.</p> <p><u>Рекомендуемые источники из раздела 8: 1,2,3,4,</u></p> <p><u>Рекомендуемые источники из раздела 9: 1-10</u></p>	Опрос, дискуссия
Современные информационно-коммуникативные технологии.	<p>Определение информационно-коммуникативной технологии. Конструктивные и деструктивные информационно-коммуникативные технологии. PR как информационно-коммуникативная технология.</p> <p>Отличия PR от рекламы, пропаганды, манипуляции сознанием. Многообразие проявлений PR: концепции Э. Бернейса, А. Ли, С. Блэка, Ф. Буари. Американский (Ф. Котлер) и европейский (Ф. Китчен) подходы к PR. PR как вид коммуникативной деятельности. Субъекты и объекты PR. Силы и средства PR. Основные формы реализации PR. Модели PR-деятельности. Результаты коммуникативного воздействия: символический и паблицитный капитал.</p> <p>Информационная война как коммуникативная технология. Определение информационной войны: онтологический, психологический, семантический, знаково-символический подходы. Приемы, методы и способы реализации информационной войны. Силы и средства информационной войны.</p> <p>Негативные последствия реализации коммуникативных технологий. Опрос студентов по вопросам темы.</p> <p><u>Рекомендуемые источники из раздела 8: 1,4,</u></p> <p><u>Рекомендуемые источники из раздела 9: 1-10</u></p>	Опрос, дискуссия
Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка	<p>Составляющие компоненты сферы телекоммуникаций: телефонные сети общего пользования, Интернет, IP-телефония, сотовая связь, трекинг-связь, радио, телевидение и т.д. Характеристика основных</p>	Опрос, дискуссия, подготовка к контрольной работе

телекоммуникационных услуг	<p>особенностей рынка телекоммуникаций, учет которых необходим для работы PR-специалиста. Основные целевые аудитории и их профиль. Основные Интернет-ресурсы. Концепция социально ответственного бизнеса в приложении к сфере телекоммуникаций. PR-мероприятия, реализуемые коммерческими, некоммерческими и политическими организациями в сети Интернет. Интернет-сайт как основной инструмент коммуникации в сети Интернет. Взаимоотношения телекоммуникационных фирм со СМИ. Отношения СМИ к телекоммуникационной сфере, основные характеристики отраслевых СМИ. Основные трудности взаимоотношений PR-специалистов со СМИ. Особенности формирования информационного повода и подготовки пресс-релизов для СМИ. Проблемы неценовой конкуренции на рынке телекоммуникационных услуг. Опрос студентов по вопросам темы. Научная дискуссия.</p> <p><u>Рекомендуемые источники из раздела 8:</u> 1,2,4,5,6</p> <p><u>Рекомендуемые источники из раздела 9:</u> 1-10</p>	
Основы Social Media Marketing	<p>SMM как один из основных инструментов маркетинга. Особенности SMM и Социальных сетей в Российском сегменте Интернета. Аудитория Рунета. Проникновение интернета среди разных возрастных групп. Российский рынок Социальных Сетей и зарубежные аналоги SMM бизнес. Мобильные приложения. Таргетинг. Аналитика в SMM. Блогосфера, репутационный менеджмент, персональный брендинг и нестандартные инструменты. Опрос студентов по вопросам темы. Научная дискуссия.</p> <p><u>Рекомендуемые источники из раздела 8:</u> 1,2,4,5,6</p> <p><u>Рекомендуемые источники из раздела 9:</u> 1-10</p>	Опрос, дискуссия, подготовка к контрольной работе и зачету

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 5.

Наименование	Перечень вопросов, отводимых на	Формы
--------------	---------------------------------	-------

тем (разделов) дисциплины	самостоятельное освоение	внеаудиторной самостоятельной работы
Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в связях с общественностью	Роль и место коммуникации в современном информационном обществе. Социальные связи, взаимодействия и отношения. Значение социальных ценностей для организации коммуникаций. Проблема определения коммуникаций. Признаки коммуникации. Коммуникационная теория как поле. Риторический подход к коммуникации Аристотеля. Уровни коммуникации: технологический, идеологический, философский. Виды коммуникаций: массовая, институциональная, межгрупповая, внутригрупповая, межличностная, внутриличностная. Функции коммуникации. Основные характеристики коммуникативного процесса: адресаты и адресанты, источники, кодирование-декодирование, сообщение, коммуникационный канал, средства передачи-приема. Коммуникативные барьеры.	работа с конспектом лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.
Концепция информационного общества	Информационное общество. Переработка информации. Особенности распространения информации в современном обществе. Проблемы планирования и осуществления государственных и межгосударственных программ по развитию информационных технологий. Аудитория сети Интернет в России и других странах мира.	работа с конспектом лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.
Современные информационно-коммуникативные технологии.	Определение информационно-коммуникативной технологии. Конструктивные и деструктивные информационно-коммуникативные технологии. PR как информационно-коммуникативная технология. Отличия PR от рекламы, пропаганды, манипуляции сознанием. Многообразие проявлений PR: концепции Э. Бернейса, А. Ли, С. Блэка, Ф. Буари. Американский (Ф. Котлер) и европейский (Ф. Китчен) подходы к PR. PR как вид коммуникативной деятельности. Субъекты и объекты PR. Силы и средства PR. Основные формы реализации PR. Модели PR-деятельности. Результаты коммуникативного воздействия: символический и публичный капитал. Информационная война как коммуникативная технология. Определение информационной войны: онтологический, психологический, семантический, знаково-символический подходы. Приемы, методы и способы реализации информационной войны. Силы и средства информационной войны. Негативные последствия реализации коммуникативных технологий.	работа с конспектом лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.
Инфраструктура	Составляющие компоненты сферы	работа с конспектом

телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг	телекоммуникаций: телефонные сети общего пользования, Интернет, IP-телефония, сотовая связь, трекинг-связь, радио, телевидение и т.д. Характеристика основных особенностей рынка телекоммуникаций, учет которых необходим для работы PR-специалиста. Основные целевые аудитории и их профиль. Основные Интернет-ресурсы. Концепция социально ответственного бизнеса в приложении к сфере телекоммуникаций. PR-мероприятия, реализуемые коммерческими, некоммерческими и политическими организациями в сети Интернет. Интернет-сайт как основной инструмент коммуникации в сети Интернет. Взаимоотношения телекоммуникационных фирм со СМИ. Отношения СМИ к телекоммуникационной сфере, основные характеристики отраслевых СМИ. Основные трудности взаимоотношений PR-специалистов со СМИ. Особенности формирования информационного повода и подготовки пресс-релизов для СМИ. Проблемы неценовой конкуренции на рынке телекоммуникационных услуг.	лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.
Основы Social Media Marketing	SMM как один из основных инструментов маркетинга. Особенности SMM и Социальных сетей в Российском сегменте Интернета. Аудитория Рунета. Проникновение интернета среди разных возрастных групп. Российский рынок Социальных Сетей и зарубежные аналоги SMM бизнес. Мобильные приложения. Таргетинг. Аналитика в SMM. Блогосфера, репутационный менеджмент, персональный брендинг и нестандартные инструменты.	работа с конспектом лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.

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

Примерный перечень вопросов к контрольной работе

1. Раскройте специфику уровней и видов коммуникаций.
2. Дайте характеристику основным элементам коммуникативного процесса.
3. В чем основные особенности концепции глобализации политической коммуникации?
4. Охарактеризуйте основные модели политических коммуникаций.
5. Сформулируйте в чем состоит суть медиатизации политического процесса.
6. Раскройте роль масс-медиа в публичной сфере современной России.

7. Докажите, что сообщение является основой коммуникационного пространства.
8. Покажите особенности политической пропаганды и агитации.
9. Опишите содержание политического имиджмейкинга.
10. Опишите в табличной форме основные черты политической рекламы.
11. Дайте характеристику различных подходов к связям с общественностью.
12. Информационная война как коммуникативная технология.
13. Дайте характеристику воздействия ИКТ на массовое сознание современного общества.
14. Раскройте сущностные признаки и содержательные черты масс-медиа.
15. Дайте общую характеристику средств масс-медиа.
16. Покажите перспективы развития информационно-коммуникативных технологий в России и мире

Примеры заданий контрольных работ.

Контрольная работа №1. «Проектирование Internet представительства компании». На любой свободно распространяемой платформе по созданию сайтов разработать прототип сайта своей вымышленной компании:

1. Разработать структуру сайта.
2. Разработать макет сайта, его стилевое оформление.
3. Подготовить наполнение основных страниц сайта (не менее 3 страниц).
4. Добавить графические элементы (рисунки, фотографии и т. п.)
5. Проверить навигацию между страницами, ссылки внутри страниц.
6. Наполнить сайт соответствующей разделам информацией
7. Разместить ссылку своего сайта-проекта в 3 аккаунтах социальных сетей,

созданных для этого проекта.

Контрольная работа №2. При помощи разных информационно-коммуникативных технологий провести PR-кампанию своей (вымышленной) компании. Составить пресс-релиз о проведенном мероприятии.

Контрольная работа №3. Подготовить пресс-релиз для СМИ используя актуальный информационный повод для своей вымышленной компании.

Перечень вопросов для подготовки к дискуссии

1. Каковы особенности работы в области SMM?
2. Основные отличия работы в видеосервисах и сервисах коротких сообщений типа Твиттер.
3. Какова роль Интернет-СМИ в российском медиапространстве?
4. Каковы основные задачи Интернета в PR деятельности?
5. Какова роль блогов при работе в интернет пространстве?
6. Приемы, методы и способы реализации информационной войны.
7. Основные трудности взаимоотношений PR-специалистов со СМИ?
8. Каковы основные отличия традиционных СМИ от интернет ресурсов?
9. Каковы особенности определения целевой аудитории?
10. Каковы методы работы с целевой аудиторией в социальных сетях?
11. Основные методы накрутки показателей целевой аудитории?
12. Каковы методы продвижения блога и группы в социальной сети в рейтингах и поисковиках?

Перечень тем для самостоятельных работ

1. Охарактеризуйте роль коммуникаций в современном информационном обществе.
2. Сформулируйте основные подходы к сущности коммуникации.
3. Раскройте специфику уровней и видов коммуникаций.
4. Дайте характеристику основным элементам коммуникативного процесса.
5. В чем основные особенности концепции глобализации политической коммуникации?
6. Охарактеризуйте основные модели политических коммуникаций.
7. Сформулируйте в чем состоит суть медиатизации политического процесса.
8. Раскройте роль масс-медиа в публичной сфере современной России.
9. Докажите, что сообщение является основой коммуникационного пространства.
10. Покажите особенности политической пропаганды и агитации.
11. Опишите содержание политического имиджмейкинга.

12. Во время самостоятельной работы опишите основные черты политической рекламы.
13. Дайте характеристику различных подходов к связям с общественностью.
14. Во время самостоятельной работы подготовьте научное сообщение о политическом PR: его акторах, их целях и поле действия, стратегиях и инструментах.
15. Подготовьте план выступления: «Информационная война как коммуникативная технология».
16. Раскройте коммуникационную специфику политического брендинга.
17. Во время самостоятельной работы подготовьте презентацию о манипуляции сознанием в политике.
18. Обоснуйте цель и особенности реализации и условия эффективности лоббизма в политических коммуникациях.
19. Во время самостоятельной работы изложите в табличной форме соответствия различных ИКТ и возможных результатов их коммуникативного воздействия.

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 задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений

Примеры оценочных средств для проверки компетенций, формируемых дисциплиной

<u>Компетенция</u>	<u>Типовые задания</u>
Способен учитывать в	1. Использует в профессиональной деятельности

<p>профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования.</p> <p>ОПК-5</p>	<p>особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</p> <p>Задание 1 В группе из 5 человек разработать PR кампанию реального предприятия в социальных сетях Рунета. Составить план, подготовить пресс-релиз. Распределить обязанности по следующим направлениям:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Провести анализ общего положения фирмы • Описать существующие проблемы фирмы • Провести анализ значимого окружения фирмы • Провести анализ целевой аудитории • Сформулировать общую идею PR кампании • Разработать план PR кампании • Разработать прогноз эффективности PR кампании <p>2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.</p> <p>Задание 2. Разработать пресс-релиз для СМИ в случае техногенной аварии на производственном предприятии.</p>
<p>Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ОПК-6</p>	<p>1. Работает с необходимым программным обеспечением, офисной техникой, информационно-коммуникативными технологиями для комплексной постановки и решения задач профессиональной деятельности</p> <p>Задание 1 Самостоятельно определить текущее репутационное положение компании, разработать PR-стратегию для решения задачи по привлечению клиентов к недавно открывшемуся бизнесу, сформировать положительное мнение. Для подготовки ответа использовать информацию глобальных компьютерных сетей. Пресс-релиз PR-стратегии предоставить в электронном виде, оформить при помощи автоматически сформированных графиков и отчетов.</p> <p>2. Работает с информационно-поисковыми системами в сети Интернет и Интранет, работает с открытыми базами данных.</p> <p>Задание 2 Разработать план поиска в открытых Интернет каналах потенциальных клиентов для привлечения в реконструированный фитнес-клуб</p>
<p>Способность использовать цифровые коммуникации для реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПКП-5</p>	<p>1. Использует цифровые и мобильные коммуникации с целью реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>Задание 1 Разработать коммуникационную стратегию нового предприятия при помощи цифровых коммуникаций.</p> <p>2. Адаптирует цифровые коммуникации к стратегическим</p>

	целям. Задание 2 Разработать план коммуникационной политики бренда в электронной торговле.
--	---

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

17. Проанализируйте применение Интернет в решении маркетинговых задач бизнеса.
18. Проанализируйте роль и значение интернет-ресурса в маркетинге.
19. Проанализируйте маркетинговые интернет-исследования.
20. Охарактеризуйте веб-аналитику.
21. Проанализируйте конверсии в интернет-маркетинге.
22. Проанализируйте интернет-рекламу и её отличия от традиционной рекламы.
23. Проанализируйте понятие медийная (баннерная) реклама.
24. Охарактеризуйте понятие «контекстная реклама» особенности применения в России.
25. Проанализируйте понятие «геоконтекстная реклама».
26. Проанализируйте понятие «поисковая реклама».
27. Проанализируйте особенности вирусной рекламы в России.
28. Проанализируйте понятие «вирусный маркетинг».
29. Проанализируйте работу с социально-ориентированными сервисами и интернет-сообществами.
30. Поисковая оптимизация (SEO).
31. Охарактеризуйте основные феномены медиавоздействия, с помощью анализа реальных политических событий опишите возможности и ограничения их воплощения.
32. Охарактеризуйте политическую аудиторию как объект ИКТ.
33. Во время самостоятельной работы составьте схему «горячих» и «холодных» средств массовой коммуникации и степени их воздействия на реципиента коммуникации.
34. Покажите перспективы развития информационно-коммуникативных технологий в России и мире.
35. Охарактеризуйте роль коммуникаций в современном информационном обществе.
36. Сформулируйте основные подходы к сущности коммуникации.

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

Основная литература

1. Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник / А.А. Марков. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/2518. - ISBN 978-5-16-101075-4. - ЭБС ZNANIUM.com. — URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1010808> (дата обращения: 29.01.2020). — Текст : электронный
2. Чумиков, А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 343 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). — ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1059463> (дата обращения: 29.01.2019). — Текст: электронный

Дополнительная литература

3. Китчен, Ф. Д. Паблик рилейшнз: принципы и практика : Учебное пособие для вузов / Ф. Д. Китчен; Пер. с англ. под ред. Б.Л. Ерёмина. - Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 454 с. - (Серия «Зарубежный учебник»). - ЭБС ZNANIUM.com.- URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028605> ; ЭБС Университетская библиотека online. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546> (дата обращения: 29.01.2020). — Текст : электронный
4. Марков, А. А. Теория и практика массовой информации: Учебник/А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 252 с. — ЭБС ZNANIUM.com. — URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=544650> (дата обращения: 29.01.2020). — Текст : электронный
5. Осипова, Е. А. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства / Е.А. Осипова. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 144 с. - ЭБС ZNANIUM.com. — URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=523516> (дата обращения: 29.01.2020). — Текст : электронный
6. Теория и практика креативной деятельности : учеб. пособие / О. А. Карлова, Е. А. Ноздренко, И. А. Пантелеева, И.А. Карлов - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2012. - 372 с — ЭБС ZNANIUM.com. — URL: <http://znanium.com/go.php?id=492845> (дата обращения: 29.01.2020). — Текст : электронный

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
6. Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
8. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
9. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>
10. Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира <http://search.ebscohost.com>
11. JSTOR Arts & Sciences I Collection <http://jstor.org>
12. Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Работа над конспектом лекции

Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. Они дают систематизированные знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемой дисциплины. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств.

Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос преподавателю в установленном порядке.

Работу над конспектом следует начинать с его доработки, желательно в тот же день, пока материал еще легко воспроизводим в памяти (через 10 часов после лекции в памяти остается не более 30-40 % материала). С целью доработки необходимо прочитать записи, восстановить текст в памяти, а также исправить опiski, расшифровать не принятые ранее сокращения, заполнить пропущенные места, понять текст, вникнуть в его смысл. Далее прочитать материал по рекомендуемой литературе, разрешая в ходе чтения возникшие ранее затруднения, вопросы, а также дополняя и исправляя свои записи. Записи должны быть наглядными, для чего следует применять различные способы выделений. В ходе доработки конспекта углубляются, расширяются и закрепляются знания, а также дополняется, исправляется и совершенствуется конспект.

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к семинарским занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений и формул, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

Непременным условием глубокого усвоения учебного материала является знание основ, на которых строится изложение материала. Обычно преподаватель напоминает, какой ранее изученный материал и в какой степени требуется подготовить к очередному занятию. Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нем что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже

имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний.

Работа с рекомендованной литературой

При работе с основной и дополнительной литературой целесообразно придерживаться такой последовательности. Сначала прочитать весь заданный текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом материале, понять общий смысл прочитанного. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом. Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

План – это схема прочитанного материала, перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника.

Подготовка к семинару

Для успешного освоения материала студентам рекомендуется сначала ознакомиться с учебным материалом, изложенным в лекциях и основной литературе, затем выполнить самостоятельные задания, при необходимости обращаясь к дополнительной литературе.

При подготовке к семинару можно выделить 2 этапа:

- организационный,
- закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его наиболее важная и сложная часть, требующая пояснений преподавателя в процессе контактной работы со студентами. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, разобраться в иллюстративном материале, задачах.

Целесообразно готовиться к семинарским занятиям за 1-2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Студент должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам семинарских занятий.

Подготовка докладов и выступлений

Доклад представляет публичное, развёрнутое сообщение (информирование) по определённому вопросу или комплексу вопросов, основанное на привлечении документальных данных, результатов исследования, анализа деятельности и т.д.

При подготовке к докладу на семинаре по теме, указанной преподавателем, студент должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети

Интернет. Рекомендуется подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. На доклад отводится 10 минут учебного времени. Он должен быть современным, научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету и экзамену.

При подготовке к зачету и экзамену студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах, а также рекомендуется заранее составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на зачет и экзамен.

Методические указания по проведению занятия-дискуссии

Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. До проведения занятия-дискуссии студенты должны подготовить материалы в ходе самостоятельной домашней работы.

Пример занятия-дискуссии

Тема 5. Семинарское занятие по теме «Основы Social Media Marketing»

1. **Цели занятия:** познакомить студентов со спецификой маркетинга в социальных сетях (SMM), особенностями Социальных сетей в Российском сегменте Интернета, разъяснить критерии оценки эффективности, провести сравнение с опытом зарубежных стран. Сформировать способность проводить аналитику SMM. Знать такие явления как: мобильные приложения, таргетинг, блогосфера, репутационный менеджмент, персональный брендинг и отдельные нестандартные инструменты.

2. **Технология проведения:** вначале студенты знакомятся с современным материалом по проблемам SMM. Группа делится на две подгруппы, которые готовят

вопросы друг для друга. Преподаватель выступает модератором дискуссии двух подгрупп. После проведения дискуссии, каждая подгруппа составляет пострелиз, который сдается в письменном виде.

3. Система оценивания занятия: ответы студентов оцениваются по 10-балльной шкале по критериям: раскрытие содержания темы, логичность, аргументированность, использование научной и учебной литературы, информационных баз данных, аргументированность и полнота ответов на вопросы. 10-балльная оценка является кумулятивной и включает оценивание работы студентов на всех стадиях семинара-дискуссии: анализ теории, анализ и обсуждение конкретного примера, качество ответов на вопросы.

Методические рекомендации по подготовке к контрольной работе

В процессе выполнения контрольной работы студент должен систематизировать и углублять свои знания по предмету, усваивать научную технологию; учиться отбирать наиболее важный материал, относящийся к теме, убедительно обосновать и аргументировать рассмотренные положения; излагать материал в логической последовательности; грамотно делать четкие выводы и обобщения; пользоваться справочной литературой.

Выполняемая контрольная работа должна содержать план, который рекомендуется начинать с введения, затем кратко и четко сформулировать 3-4 узловых вопроса темы и завершить работу заключением.

Контрольная работа – самостоятельная работа, представляющая собой практическую работу по темам, рассматриваемым в рамках данной учебной дисциплины. Содержание ответа на поставленный вопрос включает: знание теории, выделение актуальных проблем данной темы в сфере PR, применение практических навыков для решения поставленной задачи.

Качество контрольной работы оценивается, прежде всего, по тому, насколько самостоятельно и правильно студент раскрывает содержание главных вопросов темы, использует знание рекомендованных к теме первоисточников, демонстрирует полученные практические навыки.

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 ESET Endpoint Security

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/>

5. Система профессионального анализа рынков и компаний <http://www.spark-interfax.ru/>

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

не используются

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

Образовательный процесс осуществляется в учебных аудиториях, оборудованных системами дистанционного проектирования и техническим средствами обучения, требует доступа к ресурсам Библиотечно-информационного комплекса Финансового университета, другим полнотекстовым электронным библиотекам и электронным коллекциям (BOOK.ru, Znanium.com, eLIBRARY.ru и др.), Интернет-ресурсам.