

**ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)
УНИВЕРСИТЕТ**

Составлен в соответствии с
государственными требованиями к
минимуму содержания и уровню
подготовки выпускников по
направлению политология и
Положением «Об УМКД РАУ».



Институт: Права и Политики

Кафедра: Политологии

Автор(ы): к.полит.н., преподаватель Карапетян А. Ю.

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Основы работы с масс-медиа

Магистерская программа: «Прикладная политология»

Направление: 41.04.04 Политология

Форма обучения: очная

ЕРЕВАН

1. Аннотация

1.1. Дисциплина «Основы работы с масс-медиа» посвящена формированию у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для выстраивания эффективного взаимодействия со СМИ. Перед студентами ставятся задачи освоения ключевых теорий массовых коммуникаций, формирования навыков выстраивания продуктивной коммуникации со СМИ. Полученные знания и навыки могут использоваться для организации политических PR кампаний и продвижения своего аналитического контента в масс-медиа.

1.2. Взаимосвязь с другими дисциплинами. Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с такими дисциплинами, как «Основы политической социологии», «Политическая психология», «Политический PR», «Политический менеджмент».

1.3. Требования к исходным уровням знаний и умений студентов. Базовые знания по политической рекламе и журналистике.

2. Учебная программа

2.1. **Цель** дисциплины: формированию у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для выстраивания коммуникации с масс-медиа.

В **задачи** курса входят изучение особенностей СМИ и формирование навыков, необходимых для исследования медиа-контента, повышение уровня медиа-образованности и формирование профессионального подхода к информации, формирование базовых навыков составления пресс-релизов, медиа-материалов, налаживания контактов с журналистами.

2.2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

- составить всеобъемлющее представление о работе СМИ,
- знать методы эффективной коммуникации с журналистами;
- иметь общие знания о создании медиа-контента и его распространении,
- обладать необходимыми навыками для составления медиа-китов,
- уметь продвигать свой контент в масс-медиа.

2.3. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы

Курс «Медиа-планирование и медиа-анализ» рассчитан на один семестр – 144 часа, из которых 72 аудиторных часов. Курс изучается в форме лекций (36 часов) и семинарских занятий (36 часов). Итоговая форма контроля: экзамен.

2.3.1. Таблица трудоемкости дисциплин и видов учебной работы

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах
1	2

1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:	108
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:	36
1.1.1. Лекции	18
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.	18
1.1.2.1. Обсуждение прикладных проектов	
1.1.2.2. Кейсы	
1.1.2.3. Деловые игры, тренинги	
1.1.2.4. Контрольные работы	9
1.1.2.5. Другое (указать)	
1.1.3. Семинары	
1.1.4. Лабораторные работы	
1.1.5. Другие виды (указать)	
1.2. Самостоятельная работа, в т. ч.:	27
1.2.1. Подготовка к экзаменам	
1.2.2. Другие виды самостоятельной работы, в т.ч. (указать)	
1.2.2.1. Письменные домашние задания	
1.2.2.2. Курсовые работы	
1.2.2.3. Эссе и рефераты	
1.2.2.4. Другое (указать)	
1.3. Консультации	
1.4. Другие методы и формы занятий	
Итоговый контроль (Экзамен, Зачет, диф. зачет - указать)	Экзамен

2.4. Содержание дисциплины

Тематический план и трудоемкость аудиторных занятий (модули, разделы дисциплины и виды занятий) по учебному плану

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. занятия (ак. часов)	Семинары (ак. часов)	Лабор. (ак. часов)	Другие виды занятий (ак. часов)
1	2=3+4+5+6+7	3	4	5	6	7
Модуль 1.						
Тема 1 Роль СМИ в современном мире и необходимость работы с масс-медиа	2	1		1		
Тема 2 Виды СМИ, особенности контента и аудитории	6	3		3		
Тема 3 Сбор информации при проведении исследований СМИ	2	1		1		

Тема 4 Особенности армянских и российских СМИ	4	2		2		
Тема 5 Мониторинг СМИ и социальных сетей	2	1		1		
Модуль 2.						
Тема 6 Субъекты воздействия при работе со СМИ	4	2		2		
Тема 7 Текст в работе со СМИ	6	3		3		
Тема 8 Технологии работы со СМИ	6	3		3		
Тема 9 Медиапланирование и медиаанализ	4	2		2		
ИТОГО	36	18		18		

2.4.1. Содержание разделов и тем дисциплины

Модуль 1

Тема 1. Роль СМИ в современном мире и необходимость работы с масс-медиа

Функции, структура СМИ. Современные СМИ, как инструмент воздействия на общественное сознание. Цели, задачи и составляющие работы с масс-медиа.

Тема 2. Виды СМИ, особенности контента и аудитории

Типология средств массовой информации. Технические и оформительские аспекты производства массовой информации. Системы СМИ. Новые медиа в системе СМИ.

Тема 3. Сбор информации при проведении исследований СМИ

Особенности изучения теле-, радио-аудитории. Способы получения информации о потреблении аудиторией разных теле- и радиопередач. Телеметры. Аудиометры. Рейтинги электронных СМИ. Исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМИ.

Тема 4. Особенности армянских и российских СМИ

История становления и развития армянских и российских СМИ. Современное состояние медиа-индустрии Армении и России. Классификация СМИ и их особенности. Влияние интернета на современные СМИ.

Тема 5. Мониторинг СМИ и социальных сетей

Методы проведения мониторинга СМИ и социальных сетей. Составление медиа-обзора.

Модуль 2

Тема 6 Субъекты воздействия при работе со СМИ

Понятия «субъект воздействия», «типология и классификация субъектов воздействия». Деятельность пресс-служб в государственном и коммерческом секторе. Функции пресс-центра и службы по связям с общественностью. Деятельность по работе со СМИ в маркетинговых и рекламных отделах. Работа с собственными журналистами и внешними консультантами.

Тема 7 Текст в работе со СМИ

Типы текстов в PR. Составление медиа-китов. Техники подготовки материалов: пресс-релиза и информационной заметки, информационных и аналитических статей. Организация интервью. Подготовка видео- и радио-материалов. Контент-анализ.

Тема 8 Технологии работы со СМИ

Средства и методы работы с масс-медиа. Прямые и косвенные технологии работы со СМИ. Пресс-служба в системе PR. Организация пресс-мероприятий. Продвижение контента в соц сетях. Особенности политического контента в СМИ и социальных медиа в РА и РФ.

Тема 9. Медиа-анализ и медиа-планирование: понятие, цели и задачи

Понятие медиа-анализ и медиапланирование. Роль медиа-анализа в аналитической деятельности. Роль медиа-планирования в рекламном процессе. Управление информационными компаниями. Цели и задачи медиа-анализа и медиа-планирования.

2.6. Модульная структура дисциплины с распределением весов по формам контролей

Формы контролей	Веса форм текущих контролей в результирующих оценках текущих контролей			Веса форм промежуточных контролей в оценках промежуточных контролей			Веса оценок промежуточных контролей и результирующих оценок текущих контролей в итоговых оценках промежуточных контролей			Веса итоговых оценок промежуточных контролей в результирующей оценке промежуточных контролей			Веса результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля		
	M1 ¹	M2	M3	M1	M2	M3	M1	M2	M3						
Вид учебной работы/контроля															
Контрольная работа															
Тест															
Курсовая работа															
Лабораторные работы															

¹ Учебный Модуль

2.7. Формы и содержание текущего, промежуточного и итогового контролей

Формы контроля:

Текущий контроль. Текущий контроль проводится с целью определения качества усвоения лекционного материала в форме устных опросов и обсуждений на практических занятиях.

Промежуточный контроль. Промежуточный контроль проводится два раза в течение учебного семестра. Студенты, на основе изученного теоретического материала и полученных на практических занятиях навыков, делают исследования и представляют их в письменном виде.

Итоговый контроль по курсу Для контроля усвоения данной дисциплины учебным планом предусмотрен экзамен. Экзамен проводится в устной форме.

3. Теоретический блок

3.1. Материалы по теоретической части курса

а) Основная литература

1. Мандель, Б. Р., PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б. Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 238 с.
2. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 159 с.
3. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012.

б) Дополнительная литература

1. Авакян М.Э., Новые формы современной журналистики: культура языка современных СМИ, Вестник Российско-Фрмянского (Славянского) университета: гуманитарные и общественные науки, 1 (34), 2020, ст- 110-115.
2. Алашкин П. Все о рекламе и продвижении в Интернете: практическое пособие - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2016.
3. Журналистика в информационном поле современной России : должное и реальное: монография - Москва: Аспект Пресс, 2019.
4. Кирия И. В. , Новикова А. А., История и теория медиа : учебник для вузов, Издательский дом Высшей школы экономики, 2020.
5. Корнилов Е. А., Корнилова Е. Е. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий: монография - Москва: ФЛИНТА, 2017.
6. Романов А.А. Рекламные и PR-технологии масс-медиа: учебно-методический комплекс. Москва Евразийский открытый институт, 2010. Средства массовой информации России: учеб. пособие для вузов. Под ред. Я.Н. Засурского. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2011.
7. Ավետիսյան Ա., Հայաստանի համացանցային ՁԼՄ-երի բնութագրիչները, Հետազոտություն/Ա. Ռ. Ավետիսյան- Եր.: ԵՊՀ հրատ., 2015, 88 էջ:
8. Ժամակոչյան Ա., ՀՀ լրատվական դաշտի զարգացման փուլերն ըստ ոլորտի փորձագետների գնահատականների, 21-րդ ԴԱԸ, 6(46), 2012, էջ 114-129:

4. Практический блок

4.1. Темы семинарских занятий, формы и методы их организации

1. Виды СМИ, особенности контента и аудитории
2. Сбор информации при проведении исследований СМИ
3. Особенности армянских СМИ
4. Особенности российских СМИ
5. Мониторинг СМИ и социальных сетей
6. Деятельность по работе с масс-медиа
7. Текст в работе со СМИ
8. Организация пресс-мероприятий
9. Медиа-анализ и медиапланирование

На основе пройденного теоретического материала будут организованы практические занятия, студенты будут проводить исследование медиа-пространства, составлять планы работы со СМИ.

5. Блок ОДС и КИМ

5.1. Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов

1. Классифицировать армянские и российские СМИ.
2. Выделить особенности контента и аудитории наиболее популярных армянских и российских СМИ.
3. Провести медиа-мониторинг армянских и российских СМИ на выбранную тему.
4. Подготовить медиа-мероприятие.
5. Составить разные виды текста для СМИ.

3.2. Перечень экзаменационных вопросов:

1. Роль СМИ в современном мире и необходимость работы с масс-медиа
2. Функции, структура СМИ.
3. Современные СМИ, как инструмент воздействия на общественное сознание.
4. Цели, задачи и составляющие работы с масс-медиа.
5. Типология средств массовой информации.
6. Технические и оформительские аспекты производства массовой информации.
7. Системы СМИ.
8. Новые медиа в системе СМИ.
9. Особенности изучения теле-, радио-аудитории.
10. Способы получения информации о потреблении аудиторией разных теле- и радиопередач. Телеметры. Аудиометры. Рейтинги электронных СМИ.
11. Исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМИ.
12. История становления и развития армянских СМИ.
13. История становления и развития российских СМИ.
14. Современное состояние медиа-индустрии Армении и России.
15. Классификация СМИ и их особенности.
16. Влияние интернета на современные СМИ.
17. Методы проведения мониторинга СМИ и социальных сетей.
18. Составление медиа-обзора.
19. Субъекты воздействия при работе со СМИ
20. Деятельность пресс-служб в государственном и коммерческом секторе.

21. Функции пресс-центра и службы по связям с общественностью.
22. Деятельность по работе со СМИ в маркетинговых и рекламных отделах.
23. Работа с собственными журналистами и внешними консультантами.
24. Типы текстов в PR.
25. Составление медиа-китов.
26. Техники подготовки материалов: пресс-релиз.
27. Техники подготовки материалов: информационные заметки.
28. Техники подготовки материалов: информационные и аналитические статьи.
29. Организация интервью.
30. Подготовка видео- материалов.
31. Подготовка радио-материалов.
32. Контент-анализ.
33. Средства и методы работы с масс-медиа.
34. Прямые и косвенные технологии работы со СМИ.
35. Пресс-служба в системе PR. Организация пресс-мероприятий.
36. Продвижение контента в соц сетях.
37. Особенности политического контента в СМИ и социальных медиа в РА и РФ.
38. Понятие медиа-анализ и медиапланирование. Цели и задачи медиа-анализа и медиа-планирования.
39. Роль медиа-анализа в аналитической деятельности.
40. Роль медиа-планирования в рекламном процессе. Управление информационными компаниями.

6.Методический блок

5.1.Методика преподавания

В основу разработки содержания и структуры учебной дисциплины были положены идеи необходимости развития навыков грамотной работы с СМИ и способности продвижения политических компаний. Изучение дисциплины осуществляется в соответствии с государственными требованиями, учебным планом и учетом особенностей дистанционного обучения.

Основными видами учебных занятий являются лекции и практические занятия. Лекции нацелены на систематизацию основных научных знаний по дисциплине. В целом преподавание дисциплины имеет четко выраженную практическую направленность, на развитие конкретных навыков выстраивания коммуникации с представителями масс-медиа, составления материалов, проведения медиа-анализа, осуществления аналитической деятельности и разработки медиа-планов. Значительная часть времени выделяется на изучение особенностей СМИ и работы с контентом. В этих целях на практических занятиях и семинаре приоритетным является регулярное изучение СМИ, составление программ по организации мероприятий и организации их освещения.

В процессе самостоятельной работы студенты должны изучить основную и дополнительную литературу по дисциплине, решить предлагаемые по каждой теме задачи.

В процессе преподавания и изучения дисциплины используется текущий, промежуточный и итоговый контроль за успеваемостью студентов.

5.2. Методические рекомендации по изучению дисциплины для студентов

Рабочей программой дисциплины «Основы работы с масс-медиа» предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 72 часа. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- изучение и усвоение лекционного материала;
- подготовку к практическим занятиям и промежуточным контролям,
- составление материалов и проектов по работе с масс-медиа,
- подготовку к экзамену.

При самостоятельной работе следует прочитать рекомендованную литературу и при необходимости обсудить возникшие вопросы на занятиях с преподавателем. Для расширения знаний по дисциплине рекомендуется использовать Интернет-ресурсы.