

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«21» февраля 2023 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.16

GR-коммуникации в современных медиасистемах

Учебный план: 2023-2024 42.04.02 ВШПМ Журналистика ЗАО № 2-3-130.plx

Кафедра: **17** Журналистики и медиатехнологий СМИ

Направление подготовки:
(специальность) 42.04.02 Журналистика

Профиль подготовки: Журналистика
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

| Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа обучающихся | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоё мкость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации | |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|-------|
| | Лекции | Практ. занятия | | | | | |
| 2 | УП | 8 | 4 | 92 | 4 | 3 | Зачет |
| | РПД | 8 | 4 | 92 | 4 | 3 | |
| Итого | УП | 8 | 4 | 92 | 4 | 3 | |
| | РПД | 8 | 4 | 92 | 4 | 3 | |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 529

Составитель (и):

доктор социологических наук, Профессор

Шелонаев
Игоревич

Сергей

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой журналистики и
медиа технологий сми

Шелонаев Сергей
Игоревич

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Шелонаев Сергей
Игоревич

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в сфере GR-коммуникации в современных медиасистемах

1.2 Задачи дисциплины:

представить студентам основные закономерности и особенности функционирования GR-коммуникаций в современных медиасистемах,

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Теория журналистики

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-2: Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Знать: механизмы и принципы функционирования российских и зарубежных медиасистем; источники информации о работе государственных и общественных структур.

Уметь: анализировать деятельность СМИ с учетом его места и функций в соответствующей медиасистеме. Соблюдать принцип беспристрастности и баланс интересов при создании медиапродуктов о деятельности общественных и государственных институтов.

Владеть: навыками анализа деятельности СМИ с учетом тенденций развития медиаиндустрии. Методами поиска и оценки актуальности и востребованности информационных поводов.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий | Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа | | СР (часы) | Инновац. формы занятий |
|--|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|
| | | Лек. (часы) | Пр. (часы) | | |
| Раздел 1. Теория GR: основные понятия и концепции | 2 | | | | |
| Тема 1. Понятие "government relations". GR как PR деятельность по регуляции отношений между аудиториями и государственной властью. GR и коммуникативные технологии. GR и "лоббизм". GR и "public affairs". | | 2 | 2 | 12 | ГД |
| Тема 2. Специфика GR-коммуникации в медиа. Модели коммуникации и GR-технологии. Целевые аудитории медиа и их участие в government relations. Проблема субъектности во в коммуникации медиа и власти в рамках GR. | | | | 16 | |
| Раздел 2. Система государственного регулирования сферы медиа и GR | | | | | |
| Тема 3. Классификация GR-технологий. Основные виды классификации. "Деятельностный" и "коммуникативный" подходы. Системообразующие коммуникативные признаки GR. Специфика различных сегментов медиа. | | 2 | | 16 | |

| | | | | |
|--|------|---|----|----|
| Тема 4. GR-технологии: практика применения в медиасфере. Прямое взаимодействие с органами власти; экспертиза; привлечение экспертов; медиарилейшнз; grassroots и коммуникативные технологии KCO. Mass public (массовая общественность), attentive public («внимательная» общественность), mobilizable public (мобилизуемая общественность) в контексте медиасистем | 2 | 2 | 16 | |
| Раздел 3. Стратегии GR-коммуникации в современных медиасистемах | | | | |
| Тема 5. Информационные стратегии. GR и редакционная политика СМИ. Манипулятивные стратегии. Пропаганда. Виды и способы использования манипулятивных технологий. Манипуляция посредством управления информационными потоками и лидерами мнений. | 2 | | 16 | AC |
| Тема 6. Диалоговые стратегии. Эффективность диалога как формы коммуникации. Стратегия участия. Объединение целей, интересов, ресурсов в медиасфере. Деятельностный подход в GR-коммуникации СМИ. GR-коммуникация и гражданское общество. | | | 16 | AC |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | 8 | 4 | 92 | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет) | 0,25 | | | |

| | | | | |
|---|--|-------|----|--|
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | | 12,25 | 92 | |
|---|--|-------|----|--|

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения | Наименование оценочного средства |
|-----------------|---|---|
| ОПК-2 | Формулирует механизмы и принципы функционирования российских и зарубежных медиасистем; выделяет источники и каналы распространения информации о работе государственных и общественных структур. Анализирует деятельность СМИ с учетом их места и функций в соответствующей медиасистеме. Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов при создании медиапродуктов о деятельности общественных и государственных институтов. | Практико-ориентированные задания Вопросы для устного собеседования |

5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций | |
|------------------|---|-------------------|
| | Устное собеседование | Письменная работа |
| Зачтено | Обучающийся дал полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание проблемы, обладание широкой эрудицией в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к исследуемому материалу | |

| | |
|------------|--|
| Не зачтено | Обучающийся не выполнил большинство из предложенных заданий, не смог изложить содержание, допустил существенные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Незнание значительной части принципиально важной части исследованной проблемы. Многочисленные грубые ошибки. |
|------------|--|

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п | Формулировки вопросов |
|--------|---|
| Курс 2 | |
| 1 | определения базовых понятий GR и лоббизма |
| 2 | Government Relations и PR: соотношение понятий |
| 3 | методология исследования GR и лоббизма |
| 4 | основные субъекты и объекты GR |
| 5 | Понятие технологии GR-коммуникаций |
| 6 | GR и понятие issues management |
| 7 | GR и public affairs |
| 8 | GR и понятие социально-коммуникативной технологии |
| 9 | Классификация GR-технологий: деятельностный подход |
| 10 | Классификация GR-технологий: коммуникативный подход |
| 11 | базисный и технологический субъекты GR |
| 12 | Тип канала коммуникации в GR |
| 13 | Значение и виды обратной связи в GR |

| | |
|----|--|
| 14 | прямое взаимодействие с органами власти в GR |
| 15 | Экспертиза и привлечение экспертов как GR технология |
| 16 | медиаарилейшнз как GR технология |
| 17 | grassroots как GR технология |
| 18 | коммуникативные технологии корпоративной социальной ответственности в GR |
| 19 | mass public (массовая общественность) в GR-технологиях |
| 20 | attentive public («внимательная» общественность) в GR-технологиях |
| 21 | mobilizable public (мобилизуемая общественность) в GR-технологиях |
| 22 | Специфика технологий GR в сетевых СМИ |
| 23 | Специфика технологий GR телевизионных СМИ |
| 24 | Специфика технологий GR радио-СМИ |
| 25 | Специфика технологий GR печатных СМИ |
| 26 | Особенности и виды стратегий GR-деятельности в медиа |

5.2.2 Типовые тестовые задания

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Анализ практических кейсов GR-деятельности СМИ в выбранном сегменте российского медиапространства.

Анализ существующих коммуникационных моделей GR-деятельности российских телеканалов, радиостанций, интернет- и печатных СМИ

Самостоятельный анализ конкурентной среды в GR-деятельности СМИ в выбранном сегменте.

Анализ практических кейсов GR-деятельности СМИ в выбранной сфере компетенции российских властных структур.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

В течение семестра выполняются контрольные работы. На подготовку отводится двадцать минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|---|--|---|-------------|---|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |
| Кузнецов П.А. | Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии | Москва: Дашков и К | 2019 | https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=359621 |
| Азарова Л., Ачкасова В., Иванова К., Кривоносов А., Филатова О. | Ситуационный анализ в связях с общественностью: Учебник для вузов. 2-е изд., дополн. и исправл. Стандарт третьего поколения | Санкт-Петербург: Питер | 2018 | https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=356237 |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Милюкова, А. Г. | Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR. Методические материалы и кейсы | Саратов: Вузовское образование | 2020 | https://www.iprbookshop.ru/96768.html |
| Кириллюк О. М. | Связи с общественностью в молодежных организациях | СПб.: СПбГУПТД | 2017 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017216 |
| Ушанов, П. В. | Media relations. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations | Саратов: Ай Пи Эр Медиа | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/65718.html |
| Кузнецова, Е. В. | Связи с общественностью | Саратов: Вузовское образование | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/61081.html |
| Туголукова Е. Н. | Связи с общественностью. Организация и сопровождение пиар-кампании | Санкт-Петербург: СПбГУПТД | 2020 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020315 |
| Гринь, С. Н. | Связи с общественностью | Симферополь: Университет экономики и управления | 2018 | http://www.iprbookshop.ru/86416.html |
| Воеводина Е.В. сост. | Исследование общественного мнения: Практикум для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) | Москва: Прометей | 2020 | https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=367952 |

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6

База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/> Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

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

| Аудитория | Оснащение |
|----------------------|---|
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |