

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Факультет филологии и журналистики
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета



С. С. Худяков
«22» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.12 Основы взаимодействия со СМИ и технология
конструирования контента

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 - Реклама и связи с
общественностью

Профиль/направленность/специализация: Реклама и связи с общественностью в
государственной и коммерческой сферах

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2023

Автор программы:

Кандидат филологических наук, доцент Пядышева Тамара Геннадиевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 512).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «15» июня 2023 г. Протокол № 21

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета филологии и журналистики, Протокол от «22» июня 2023 г. № 11.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Бакалавриата.....	6
3. Объем и содержание дисциплины.....	7
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	11
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	17
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	18
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	19

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять управление информационными ресурсами

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- организационный

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
---	---	-----------------------------------

<ul style="list-style-type: none"> - С Управление (менеджмент) информационными ресурсами - С/01.6 Организация работ по созданию и редактированию контента - Планирование работ по наполнению сайта - Распределение работы по созданию и редактированию контента - Координация работы по созданию и редактированию контента - С/02.6 Управление информацией из различных источников - Согласование и утверждение информационных материалов - Мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках - С/03.6 Контроль за наполнением сайта - Оценка полноты сайта, его разделов, представительств в социальных сетях и определение необходимости для его пополнения - С/05.6 Анализ информационных потребностей посетителей сайта - Общий анализ посещаемости сайта - Определение обобщенных характеристик аудитории сайта - Выработка решения (рекомендации) по наполнению сайта контентом - С/07.6 Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта - Формирование предложений по развитию сайта 	<p>ПК-1 Способен осуществлять управление информационными ресурсами</p>	<p>Осуществляет взаимодействие со СМИ при управлении информационными ресурсами</p>
--	--	--

ПК-1 Способен осуществлять управление информационными ресурсами

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения											
		Очная (семестр)						Заочная (семестр)					
		3	4	5	6	7	8	3	4	5	6	7	8
1	Имиджмейкинг в профессиональной деятельности					+						+	
2	Интегрированные маркетинговые коммуникации	+						+					
3	Как читать фотографию					+						+	
4	Медиамастерские			+	+	+				+	+	+	
5	Медиапродукты в связях с общественностью				+						+		
6	Политический текст и спичрайтинг				+						+		
7	Профессионально-ознакомительная практика		+						+				
8	Профессионально-творческая практика				+		+				+		+
9	Публичное выступление				+						+		
10	Разработка и технология производства рекламного продукта				+						+		
11	Разработка сайтов и веб-страниц				+						+		
12	Рекламный продакшн		+						+				
13	Риторика: ключевые стратегии устной и письменной коммуникации				+						+		
14	Связи с общественностью в политике					+						+	
15	Современная пресс-служба						+						+
16	Тексты средств массовой информации					+						+	
17	Теория и практика связей с общественностью			+						+			

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Основы взаимодействия со СМИ и технология конструирования контента» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Основы взаимодействия со СМИ и технология конструирования контента» изучается в 7 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 6 з.е.

Заочная: 6 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	216	216
Контактная работа	96	20
Лекции (Лекции)	32	8
Практические (Практ. раб.)	64	12
Самостоятельная работа (СР)	84	187
Экзамен	36	9

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
7 семестр								
1	Медиарилейшнз как приоритетный процесс PR - практики. Типология медиа.	6	2	10	2	22	32	Опрос
2	Инструменты медиарилейшнз.	6	2	10	2	20	32	Собеседование
3	Манипулятивные технологии как вид воздействия.	6	1	12	2	10	36	Научный доклад
4	Манипулятивные технологии в средствах массовой информации	4	1	12	2	14	32	Кейс
5	Манипулятивные технологии в языке массовой коммуникации	6	1	10	2	10	30	Кейс
6	Манипуляция посредством управления информационными потоками.	4	1	10	2	8	25	Тестирование; Контрольная работа

Тема 1. Медиарилейшнз как приоритетный процесс PR - практики. Типология медиа. (ПК-1)

Лекция.

Этические принципы и общественно значимые функции современных медиа.

Медиа – четвертая власть или платформа для нативной рекламы и оплаченных материалов пресс-службы.

Практическое занятие.

- 1 Пресс-служба, Пресс-секретарь.
- 2 Пресс-служба организации: специфика деятельности.
- 3 Сферы деятельности пресс-службы организации.
- 4 Виды пресс-служб.
- 5 Задачи и функции пресс-служб.
- 6 Внутрикorporативный PR.
- 7 Внешние связи: взаимодействие со СМИ.
- 8 Виды PR (политический, коммерческий, социальный, спортивный, PR в шоу-бизнесе, благотворительный и др. Профессии в PR: функции специалистов.
- 9 SMM в работе пресс-службы.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленной изучение материалов темы.

Тема 2. Инструменты медиарилейшнз. (ПК-1)**Лекция.**

Как организовать мероприятие для журналистов. Типология ивентов для прессы.

Особенности взаимодействия онлайн. Блоггеры. Диджитализация связей с журналистами, перспективы и ограничения.

Практическое занятие.

- 1 PR-тексты для медиа.
- 2 Структура текста и возможности работника связей с общественностью.
- 3 Основная типология, критерии оценки качества, методы анализа журналистского и PR-текстов.
- 4 Как PR-документы влияют на контакты с медиа.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленной изучение материалов темы

Тема 3. Манипулятивные технологии как вид воздействия. (ПК-1)**Лекция.**

«Воздействие» в ряду других понятий: «взаимодействие», «влияние», «убеждение», «внушение» «манипулирование» и др. Смысловые различия, имеющиеся между этими категориями. Зависимость человека от влияний социума и других индивидов, уязвимость для негативных влияний и иллюзий. Влияние на сознание и поведение людей. Эволюция представлений. Осознание проблемы влияния на личность в различных культурно-исторических условиях. Исторические этапы развития системы социального влияния и убеждения. История развития методов и концепций влияния, пропаганды и убеждения. Поведенческие, когнитивные и логико-риторические подходы к убеждению. Особенности современного этапа взаимоотношений личности и социума, личности и группы как системы взаимовлияний.

Принципы разграничения манипулятивного и суггестивного воздействия, манипуляции и псевдоаргументации, дезинформации.

Практическое занятие.

- 1 «Воздействие» в ряду других понятий: «взаимодействие», «влияние», «убеждение», «внушение», «манипулирование» и др.
- 2 Смысловые различия, имеющиеся между этими категориями. Зависимость человека от влияний социума и других индивидов, уязвимость для негативных влияний и иллюзий. Влияние на сознание и поведение людей. Эволюция представлений.

- 3 Осознание проблемы влияния на личность в различных культурно-исторических условиях. Исторические этапы развития системы социального влияния и убеждения.
- 4 История развития методов и концепций влияния, пропаганды и убеждения.
- 5 Поведенческие, когнитивные и логико-риторические подходы к убеждению.
- 6 Особенности современного этапа взаимоотношений личности и социума, личности и группы как системы взаимовлияний.
- 8 Принципы разграничения манипулятивного и суггестивного воздействия, манипуляции и псевдоаргументации, дезинформации.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы.

Тема 4. Манипулятивные технологии в средствах массовой информации (ПК-1)

Лекция.

Манипуляция в СМИ: определение, признаки, основные характеристики, функции. Структура манипуляции в современных масс-медиа. Принципы разграничения манипулятивного и суггестивного воздействия, манипуляции и псевдоаргументации, дезинформации.

Особенности коммуникации, способствующие реализации манипулятивного воздействия в разных типах СМИ.

Схема манипулятивной коммуникации. Характеристики адресата и адресата манипулятивного воздействия в СМИ. Феномен коллективного адресата (учредитель СМИ, редакционный коллектив, автор материала / сюжета, заказчик) и коллективного адресата (массовая аудитория). Специфика двойного адресата в манипулятивной коммуникации. Условия, от которых зависит эффективность реализации манипуляции в текстах СМИ: уровень информированности адресанта и адресата коммуникации, возможность адресата коммуникации проверить истинность сообщаемой информации, уровень интеллектуальных способностей адресата коммуникации, уровень доверия адресата к адресанту коммуникации, индивидуальные характеристики адресата коммуникации, профессионализм адресанта коммуникации и умение эффективно использовать различные приемы воздействия.

Практическое занятие.

- 1 Манипуляция в СМИ: определение, признаки, основные характеристики, функции.
- 2 Структура манипуляции в современных массмедиа.
- 3 Принципы разграничения манипулятивного и суггестивного воздействия, манипуляции и псевдоаргументации, дезинформации.

Особенности коммуникации, способствующие реализации манипулятивного воздействия в разных типах СМИ.

Схема манипулятивной коммуникации. Характеристики адресата и адресата манипулятивного воздействия в СМИ.

- 4 Феномен коллективного адресата (учредитель СМИ, редакционный коллектив, автор материала / сюжета, заказчик) и коллективного адресата (массовая аудитория).
- 5 Специфика двойного адресата в манипулятивной коммуникации.
- 6 Условия, от которых зависит эффективность реализации манипуляции в текстах СМИ: уровень информированности адресанта и адресата коммуникации, возможность адресата коммуникации проверить истинность сообщаемой информации, уровень интеллектуальных способностей адресата коммуникации, уровень доверия адресата к адресанту коммуникации, индивидуальные характеристики адресата коммуникации, профессионализм адресанта коммуникации и умение эффективно использовать различные приемы воздействия.

Задания для самостоятельной работы.

- 1 Как вы понимаете понятие "теория ограниченной пули"?

2 Углубленное изучение материалов темы.

Тема 5. Манипулятивные технологии в языке массовой коммуникации (ПК-1)

Лекция.

Принципы выделения видовой манипуляции в текстах СМИ. Классификация манипулятивного воздействия: в зависимости от условий реализации и характеристик адресата коммуникации; с точки зрения средств психологического воздействия и характера внутриличностных процессов; в зависимости от задач, поставленных адресантом коммуникации; в зависимости от адресата воздействия.

Практическое занятие.

- 1 Принципы выделения видовой манипуляции в текстах СМИ.
- 2 Классификация манипулятивного воздействия:
 - в зависимости от условий реализации и характеристик адресата коммуникации;
 - с точки зрения средств психологического воздействия и характера внутриличностных процессов;
 - в зависимости от задач, поставленных адресантом коммуникации;
 - в зависимости от адресата воздействия.

Задания для самостоятельной работы.

Проанализировать предложенный текст, выявить и описать вербальные средства манипулятивного воздействия.

Тема 6. Манипуляция посредством управления информационными потоками. (ПК-1)

Лекция.

Методы интерпретации информации. Сенсационность. Полуправда, инсинуация, диффамация. Манипуляция

посредством управления региональными информационными потоками и информационной средой.

Выборочный

подбор информации. Метод отвлечения. Понятие и примеры психологических автоматизмов.

Разработки

американского института анализа пропаганды: "Азбука пропаганды" и ее классификация Л.Дубом.

Ментально-мифологические конструкты: архетипы и матапрограммы. Классические мифологические

медиаоппозиции. Понятие и примеры психологических автоматизмов.

Практическое занятие.

- 1 Методы интерпретации информации.
- 2 Сенсационность.
- 3 Полуправда, инсинуация, диффамация.
- 4 Манипуляция посредством управления региональными информационными потоками и информационной средой.
- 5 Выборочный подбор информации.
- 6 Метод отвлечения.
- 7 Понятие и примеры психологических автоматизмов.
- 8 Разработки американского института анализа пропаганды: "Азбука пропаганды" и ее классификация Л.Дубом.
- 9 Ментально-мифологические конструкты: архетипы и матапрограммы. Классические мифологические медиаоппозиции.
- 10 Понятие и примеры психологических автоматизмов.

Задания для самостоятельной работы.

Найдите в СМИ примеры, иллюстрирующие 2-3 приема манипулирования массовым сознанием.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства**4.1. Распределение баллов:**

7 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 40 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Медиарилейшнз как приоритетный процесс PR - практики. Типология медиа.	Опрос	5	<p>Полно излагает изученный материал, даёт правильное определенное понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные. Излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.</p> <p>Студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки "отлично", но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.</p> <p>Излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке теорий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.</p> <p>Студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и теорий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.</p>
2.	Инструменты медиарилейшнз.	Собеседование	5	<p>Полно излагает изученный материал, даёт правильное определенное понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные. Излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.</p> <p>Студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки "отлично", но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.</p> <p>Излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке теорий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.</p> <p>Студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и теорий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.</p>

3.	Манипулятивные технологии как вид воздействия.	Научный доклад	10	<p>10 баллов - Выполнены все требования к докладу: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.</p> <p>8-6 баллов - Основные требования к докладу выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём доклада; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.</p> <p>4-3 баллов - Имеются существенные отступления от требований к докладам. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы.</p> <p>2 баллов - Тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.</p>
4.	Манипулятивные технологии в средствах массовой информации	Кейс	10	<p>10 баллов - Студентом задание выполнено рациональным способом, цель достигнута. Использован оптимальный набор методов и приемов, умений и знаний, позволяющих решить поставленную задачу.</p> <p>5 баллов - Студентом цель задания достигнута, но при помощи преподавателя. При этом составлен правильный алгоритм выполнения задания, но задание выполнено нерациональным способом, допущены несущественные ошибки при выборе необходимых приемов для достижения поставленной задачи.</p> <p>3 балла - Студентом задание выполнено с помощью преподавателя. При этом задание понято правильно, но выполнено не полностью или в общем виде, выбор необходимых приемов, умений и знаний вызвал затруднения.</p> <p>0 баллов - Студентом задание не выполнено, знания фрагментарны.</p>
5.	Манипулятивные технологии в языке массовой коммуникации	Кейс(контрольный срез)	10	<p>8-10 баллов - Студент правильно выполнил практическую работу. Работа выполнена без недочетов. Студент демонстрирует отличное владение теоретическим материалом и способен верно применять эти знания при решении практических задач.</p> <p>6-8 баллов - Студент правильно выполнил практическую работу, но имеются некоторые недочеты. Студент демонстрирует хорошее владение теоретическим материалом и способен верно применять эти знания при решении практических задач.</p> <p>4-6 баллов - Выполненная работа имеет ряд существенных недочетов. Студент демонстрирует владение теоретическим материалом, но испытывает затруднения с его применением при решении практических задач.</p> <p>0 баллов - Работа не выполнена или выполнена с серьезными ошибками. Студент не владеет теоретическим материалом по теме задания.</p>
6.	Манипуляция посредством управления информационн	Тестирование(контрольный срез)	10	Тест состоит из 10 вопросов. Каждый правильный ответ дает один балл.

	ыми потоками.	Контроль ная работа	10	10 баллов- Студент правильно выполнил практическую работу. Работа выполнена без недочетов. Студент демонстрирует отличное владение теоретическим материалом и способен верно применять эти знания при решении практических задач. 6 баллов - Студент правильно выполнил практическую работу, но имеются некоторые недочеты. Студент демонстрирует хорошее владение теоретическим материалом и способен верно применять эти знания при решении практических задач. 4 балла - Выполненная работа имеет ряд существенных недочетов. Студент демонстрирует владение теоретическим материалом, но испытывает затруднения с его применением при решении практических задач. 0 баллов - Работа не выполнена или выполнена с серьезными ошибками. Студент не владеет теоретическим материалом по теме задания.
7.	Посещаемость		10	100% посещаемость
8.	Премияльные баллы		20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - постоянная активность во время практических занятий – 20 баллов; - подготовленную презентацию – 15 баллов; - участие с докладом на студенческой конференции по тематике изучаемой дисциплины – 10 баллов
9.	Ответ на экзамене		30	25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично». 18-24 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо», 10-17 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно»
10.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		70	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольных срезов.
11.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Кейс

Тема 4. Манипулятивные технологии в средствах массовой информации

Практический кейс. Моделирование реальной ситуации. Студентам предлагаются острые актуальные вопросы. Например: "Коррупция", "Вакцинация" и др. Выбирается модератор, который, применяя манипулятивные технологии ведения дискуссии, должен в дискуссии привести аудиторию к определенному результату - выводу. Затем меняется модератор, и перед ним ставится задача привести аудиторию к противоположному мнению.

Тема 5. Манипулятивные технологии в языке массовой коммуникации

Напишите эссе (авторскую колонку) на предложенную острую социальную тему (коррупция, вакцинация и др.). Выразите свое отношение к этому вопросу и попытайтесь убедить в этом же аудиторию. Для достижения цели используйте лингвистические и психологические приемы манипуляции.

Контрольная работа

Тема 6. Манипуляция посредством управления информационными потоками.

В публикациях одного из медиатизированных конфликтов в региональных медиа выявите примеры оборонительных или приспособительных стратегий основных стейкхолдеров конфликта.

Научный доклад

Тема 3. Манипулятивные технологии как вид воздействия.

Подготовка доклада - презентации по одной из теорий манипулятивного воздействия. Теории манипулятивного воздействия В. Амелина, М. Битяновой, И. Дзялошинского, Я. Засурского, С. Кара-Мурзы, Г. Почепцова, П. Таранова, Г. Франке, Г. Шиллера и др.

Опрос

Тема 1. Медиарилейшнз как приоритетный процесс PR - практики. Типология медиа.

- 1 Пресс-служба, Пресс-секретарь.
- 2 Пресс-служба организации: специфика деятельности.
- 3 Сферы деятельности пресс-службы организации.
- 4 Виды пресс-служб.
- 5 Задачи и функции пресс-служб.
- 6 Внутрикorporативный PR.
- 7 Внешние связи: взаимодействие со СМИ.
- 8 Виды PR (политический, коммерческий, социальный, спортивный, PR в шоу-бизнесе, благотворительный и др. Профессии в PR: функции специалистов.
- 9 SMM в работе пресс-службы.

Собеседование

Тема 2. Инструменты медиарилейшнз.

- 1 PR-тексты для медиа.
- 2 Структура текста и возможности работника связей с общественностью.
- 3 Основная типология, критерии оценки качества, методы анализа журналистского и PR-текстов.
- 4 Как PR-документы влияют на контакты с медиа.

Тестирование

Тема 6. Манипуляция посредством управления информационными потоками.

1. Какими функциями обладает спиндоктор?
 - (?) Специалист по кризисным ситуациям.
 - (?) Специалист по подготовке докладов, текстов публичных выступлений.
 - (!) Специалист, корректирующий освещение событий в СМИ в определенном для компании русле.
 - (?) Организатор конференций, выставок для потенциальных потребителей услуг.
2. Что такое торнадо-спин?

- (?) Крупнейшее PR агентство России.
- (!) Замена невыгодной ситуации новой.
- (?) Присоединение незначительной новости к важной новости.
3. Что значат для PR слухи?
- (!) Один из способов распространения информации.
- (?) Борьба со слухами – одна из задач PR.
4. Кто автор книги «Кристаллизация общественного мнения»?
- (?) Адольф Гитлер.
- (?) Т. Джефферсон.
- (!) Э. Бернейс.
- (?) Дж. Кеннеди.
5. О каких двух смежных дисциплинах идет речь: «оба понятия означают использование определенных технологий для эффективного внедрения каких-либо тезисов для массового сознания»?
- (!) PR и пропаганда.
- (?) PR и журналистика.
- (?) PR и реклама.
- (?) PR и маркетинг.
6. О какой модели коммуникации по Д. Грунигу и Т. Ханту идет речь: «Получателя убеждают, но при этом достижение полной правды не входит в число необходимых условий»?
- (!) Модель пресс-агента.
- (?) Модель общественной информации.
- (?) Двусторонняя асимметричная модель.
7. Это определение именно такой модели коммуникации по Д. Грунигу и Т. Ханту: «Речь идет о распространении информации, а не об убеждении, причем правдивость информации начинает выступать в роли одной из целей».
- (?) Двусторонняя асимметричная модель.
- (!) Модель пресс-агента.
- (?) Модель общественной информации.
- (?) Двусторонняя симметричная модель.
8. Какое определение соответствует двусторонней асимметричной модели коммуникации по Д. Грунигу и Т. Ханту?
- (!) В данной модели необходимо наличие обратной связи, однако, одна из сторон обладает над коммуникацией большей властью.
- (?) Эта модель переходит от монолога к диалогу. Причем отношения между получателем и отправителем сбалансированы.
- (?) Получателя убеждают, но при этом достижение полной правды не входит в число необходимых условий.
9. Что такое проактивная коммуникация?
- (!) Подготовка события в общественном мнении.
- (?) Информирование о происшедших событиях.
- (?) Ориентация на конкурентов в PR политических партий.
10. Что такое паблисити?
- (?) База информационных средств массовой информации.
- (!) Создание популярности, известности.
- (?) Исследование рынка потребительских услуг.
- (?) Технология разработки рекламных текстов.

Типовые вопросы экзамена (ПК-1)

1. Манипулятивные технологии как вид воздействия. Технологии коммуникации. Определение манипуляции. Специфические черты манипуляции и воздействия. Первичная и вторичная манипуляция. Политическая манипуляция.
2. Теории манипулятивного воздействия В. Амелина, М. Битяновой, И. Дзялошинского, Я. Засурского, С. Кара-Мурзы, Г. Почепцова, П. Таранова, Г. Франке, Г. Шиллера и др.
3. Манипулятивные технологии в средствах массовой информации. Средства массовой информации как средства манипуляции и пропаганды. Манипулятивное общение между СМИ и аудиторией.
4. Мифы Г. Шиллера: миф о нейтралитете, миф об индивидуализме и личном выборе, миф о неизменности природы человека, миф о плюрализме СМИ.
5. С. К. Кара-Мурза «Манипуляция сознанием». Фабрикация фактов, отбор материала, чёрная информация, большая толпа, утверждение и повторение, дробление и срочность, упрощение и стереотипизация, сенсационность, изменение смысла слов и понятий,
6. Приемы манипулирования. Манипуляция словами-амебами. Манипуляция при помощи контраста и обобщения. Манипуляция с помощью подмены понятия. Манипуляция критикой. Манипулятивное обращение к идентичности. Манипуляция столкновением смыслов.
7. Психологические приемы манипуляции для ведущего при ведении дискуссии. Приемы Пшеничнова М.
8. Манипуляция посредством управления информационными потоками. Технологии влияния на средства массовой информации: административная, экономическая, управление информацией. Методы управления информационными потоками.
9. Менеджмент новостей как манипуляционные технологии.
10. Манипулятивные технологии в языке. Соотношение понятий речевого воздействия и языкового манипулирования. Особенности структуры и функционирования языка как инструмента речевого воздействия.
11. Речевое воздействие и манипулирование на разных языковых уровнях. Воздействующий потенциал эксплицитных и имплицитных языковых средств. Умолчание как прием речевого воздействия. Прямые и косвенные речевые акты. Понятие перформатива. Воздействующий потенциал косвенных речевых актов.
12. Синтаксические средства воздействия и манипулирования: использование формы вопросительного предложения в функции повествовательного, риторические вопросы, концентрация повторов, усложнённый синтаксис.
13. Воздействие на имплицитном уровне языка. Воздействие при помощи лексических средств. Метафоры, эвфемизмы, «скорнения» слов.
14. Воздействие на эксплицитном уровне. Контекст, квазисинонимическая ситуация, интертекстуальность, идеологема в СМИ, языковая игра, ирония.

Типовые задания для экзамена (ПК-1)

В предложенных текстах массовой информации

1. выявить и описать имплицитные средства манипулятивного воздействия;
2. выявить и описать психологические приемы манипуляции;
3. выявить и описать эксплицитные средства манипулятивного воздействия.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ПК-1	Превосходно осуществляет взаимодействие со СМИ с целями продвижения контента
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ПК-1	В целом способен хорошо осуществлять взаимодействие со СМИ с целями продвижения контента

«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ПК-1	Слабо способен осуществлять взаимодействие со СМИ с целями продвижения контента
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ПК-1	Не способен осуществлять взаимодействие со СМИ с целями продвижения контента

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);

- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Дзялошинский, И. М. Экология коммуникаций : учебное пособие. - 2029-01-23; Экология коммуникаций. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 443 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/80924.html>

6.2 Дополнительная литература:

1. Нефедова Л.А. Некоторые коммуникативно-прагматические аспекты высказывания : (К вопросу о манипулятивном использовании языковых единиц). - Тамбов: Изд-во ТГУ, 2000. - 42 с.
2. Щербинина Ю. В. Русский язык: речевая агрессия и пути ее преодоления : учебное пособие. - 3-е изд., стер.. - Москва: Флинта, 2018. - 223 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364240>

3. Александрова, О. В., Александрова, И. О., Артамонова, Ю. Д., Баранов, А. Н., Блинкина-Мельник, М. М., Борнякова, И. В., Брызгунова, Е. А., Вархотов, Т. А., Вернер, Кальмайер, Виноградова, В. И., Войниканис, Е. А., Волков, А. А., Володина, М. Н., Григорьева, О. Н., Гудков, Д. Б., Демьянков, В. З., Дом Язык средств массовой информации : учебное пособие для вузов. - 2021-02-01; Язык средств массовой информации. - Москва: Академический Проект, Альма Матер, 2015. - 760 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>
4. Ачкасова В. А., Володина Л. В., Бабочиева М. Л., Беянина Н. Н., Быстрянец С. Б., Быков И. А., Гончаров В. Э., Гусев К. А., Карпухина О. К., Меткин М. В., Старенченко Ю. Л. Связи с общественностью как социальная инженерия : Учебник для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 351 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/472133>
5. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «реклама», «связи с общественностью». - 2022-03-26; Политическая реклама. Теория и практика. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 127 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81729.html>
6. Лившин А.Я., Орлов И.Б. Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: "коммуникация убеждения" и мобилизационные механизмы. - М.: РОССПЭН, 2007. - 806 с.
7. Гринберг Т.Э. Политические технологии. ПР и реклама : учеб. пособие для вузов. - изд. 2-е, испр.. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 280 с.
8. Воронова О.Е., Трушин А.С. Современные информационные войны: стратегии, типы, методы, приемы : монография. - Москва: Аспект-Пресс, 2021. - 176 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756711028.html>

6.3 Иные источники:

1. Журнал "Журналист" - <https://jrnlst.ru>
2. Научный журнал «МедиаАльманах» - <http://mediaalmanah.ru>
3. Сайт "Российская газета" - <https://rg.ru/>
4. Сайт "Русский язык" - <http://www.ru.wikipedia.org>
5. Справочно-информационный портал Грамота-ру - <http://gramota.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

7-Zip 9.20

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Microsoft Windows 10

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Scopus: база данных . – URL: <https://www.scopus.com>
2. Web of Science: политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных . – URL: <https://apps.webofknowledge.com>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
4. Научная электронная библиотека Российской академии естествознания. – URL: <https://www.monographies.ru>
5. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
6. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
7. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. – URL: <http://www.tambovlib.ru>
8. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
9. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.