

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«**Российский государственный гуманитарный университет**»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра теории и практики общественных связей

**ГЛОБАЛЬНЫЕ МЕДИАИННОВАЦИИ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ МЕДИАКУЛЬТУРЫ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**42.03.01 – Реклама и связи с общественностью**

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

**Конструирование инновационного медиапродукта**

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: **бакалавриат**

Форма обучения: **очно-заочная**

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2024

*Глобальные медиаинновации и региональные медиакультуры*  
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

*к. полит. н., доцент кафедры теории и практики общественных связей Е.Н. Жукова*

.....

Ответственный редактор:

*доктор. филос. наук, профессор, заведующий кафедрой  
теории и практики общественных связей С.В. Клягин*

.....

**УТВЕРЖДЕНО**

Протокол заседания кафедры теории  
и практики общественных связей  
№ 7 от 16.03.2024г.

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

1. Пояснительная записка .....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины .....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций .....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	4
2. Структура дисциплины .....	5
3. Содержание дисциплины .....	5
4. Образовательные технологии .....	6
5. Оценка планируемых результатов обучения .....	10
5.1 Система оценивания .....	10
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине .....	10
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	11
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	14
6.1 Список источников и литературы .....	14
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ....	15
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы .....	16
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	16
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов .....	16
9. Методические материалы .....	17
9.1 Планы семинарских занятий .....	17
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ .....	23
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины .....	26

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

*Цель дисциплины* - овладение студентами основами реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в мультикультурной среде.

*Задачи дисциплины:*

- 1) обеспечить понимание, как использовать глобальные медиаинновации и региональные медиакультуры при реализации коммуникационного проекта;
- 2) сформировать готовность студентов осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии в мультикультурной среде;
- 3) создать условия для овладения навыками проведения формативного (предварительного) исследования для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.	<i>Знать:</i> основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. <i>Уметь:</i> спланировать мероприятие по связям с общественностью в рамках сформулированной коммуникационной стратегии. <i>Владеть:</i> навыками тактического планирования мероприятий по связям с общественностью.
ПК-4. Способен определять требования к проекту и анализировать его среду, планировать работы и ресурсы, организовывать коммуникации проекта.	ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	<i>Знать:</i> методы исследований, их возможности и ограничения. <i>Уметь:</i> интерпретировать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта. <i>Владеть:</i> навыками проведения формативного (предварительного) исследования.

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Глобальные медиаинновации и региональные медиакультуры» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Основы профессиональной деятельности, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Исследования в связях с

общественностью, Социология в рекламе и связях с общественностью, Психология в рекламе и связях с общественностью, Теория и практика связей с общественностью, Организация научно-исследовательской работы.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Медиаанализ и оценка эффективности, Маркетинг медиапродукта в дифференцированной культурной среде, Научно-исследовательская работа, Преддипломная практика.

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

### Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
VII	Лекции	<b>8</b>
VII	Семинары	<b>16</b>
Всего:		<b>24</b>

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа.

## 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Глобальные медиаинновации в современном мире	Медиа как расширения человека (Г.Маклюен). Понятие медиаинновации. Глобальные медиаинновации модерна: массовая печать, фотография, кинематограф, телеграф, телефон, радио, телевидение. Медиа как фактор социальной мобилизации. Экранная коммуникация. Глобальные медиаинновации постмодерна: персональный компьютер, мобильный телефон, интернет, социальная сеть, смартфон. Электрокочевой социум (У.Митчелл). Власть как коммуникация (М.Кастельс). Дополненная и виртуальная реальность. Постэкранные новые медиа. Сравнительный анализ моделей вещания: печатная, аналоговая, цифровая.
2	Западные медиакультуры в эпоху глобализации	Медиакультура Европы и США. Обзор медиаисследований стран Запада: характеристика коммуникационных активностей, типология лидеров мнений, репрезентации образов прошлого и будущего, стереотипные персонажи как модели поведения, специфика адаптации медиаконтента Особенности медиакультуры современной России. Культурная идентичность в медиапрактиках западных стран. Западная культура как ресурс и медиа как инструмент «мягкой власти» государства.

3	Восточные медиакультуры в эпоху глобализации	Медиакультура стран Азии. Обзор медиаисследований стран Восточной Азии: дорамы, манга (манхва), аниме (дунхуа), айдолы, фанатские практики, стереотипные персонажи как модели поведения, адаптации медиаконтента. Культурная идентичность в медиапрактиках восточных стран. Восточная культура как ресурс и медиа как инструмент «мягкой власти» государства.
---	--	---

#### 4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела (тем)	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Глобальные медиаинновации в современном мире	Лекция № 1 (2 ч.)	1. Анализ проблем, трендов и прогнозов по теме. 2. Обзор литературы и источников по теме.
		Семинар № 1 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, источники и литература, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.
		Самостоятельная работа № 1 (7 ч.)	1. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с литературой и источниками. 2. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с рекомендованными сервисами и инструментами.
		Лекция № 2 (2 ч.)	1. Обзор теоретических и методических оснований для исследований по теме. 3. Обзор технологий для решения профессиональных задач по теме.
		Семинар № 2 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль результата индивидуальной подготовки к выполнению задания.

		Самостоятельная работа № 2 (7 ч.)	1. Организация команды и выбор способа решения задания – исследование или проект. 2. Командная работа по выполнению задания.
		Лекция № 3 (2 ч.)	1. Моделирование результатов решения профессиональных задач по теме. 2. Анализ лучших практик по теме.
		Семинар № 3 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль уровня готовности команды и промежуточного результата командной работы.
		Самостоятельная работа № 3 (8 ч.)	1. Проверка и корректировка результата работы. 2. Подготовка доклада об итоговом результате работы.
		Семинар № 4 (2 ч.)	1. Доклад об итоговом результате самостоятельной работы. 2. Оценка итогового результата по выполнению задания и рекомендации по развитию исследования или проекта.
2.	Западные медиакультуры в эпоху глобализации	Лекция № 4 (2 ч.)	1. Анализ проблем, трендов и прогнозов по теме. 2. Обзор литературы и источников по теме.
		Семинар № 5 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, источники и литература, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.
		Самостоятельная работа № 4 (7 ч.)	1. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с литературой и источниками. 2. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с рекомендованными сервисами и инструментами.
		Лекция № 5 (2 ч.)	1. Обзор теоретических и методических оснований для исследований по теме. 3. Обзор технологий для решения

			профессиональных задач по теме.
		Семинар № 6 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль результата индивидуальной подготовки к выполнению задания.
		Самостоятельная работа № 5 (7 ч.)	1. Организация команды и выбор способа решения задания – исследование или проект. 2. Командная работа по выполнению задания.
		Лекция № 6 (2 ч.)	1. Моделирование результатов решения профессиональных задач по теме. 2. Анализ лучших практик по теме.
		Семинар № 7 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль уровня готовности команды и промежуточного результата командной работы.
		Самостоятельная работа № 6 (8 ч.)	1. Проверка и корректировка результата работы. 2. Подготовка доклада об итоговом результате работы.
		Семинар № 8 (2 ч.)	1. Доклад об итоговом результате самостоятельной работы. 2. Оценка итогового результата по выполнению задания и рекомендации по развитию исследования или проекта.
3.	Восточные медиакультуры в эпоху глобализации	Лекция № 7 (2 ч.)	1. Анализ проблем, трендов и прогнозов по теме. 2. Обзор литературы и источников по теме.
		Семинар № 9 (2 ч.)	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, источники и литература, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.
		Самостоятельная работа №	1. Индивидуальная подготовка к

	7 (7 ч.)	<p>выполнению задания – работа с литературой и источниками.</p> <p>2. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с рекомендованными сервисами и инструментами.</p>
	Лекция № 8 (2 ч.)	<p>1. Обзор теоретических и методических оснований для исследований по теме.</p> <p>3. Обзор технологий для решения профессиональных задач по теме.</p>
	Семинар № 10 (2 ч.)	<p>1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы.</p> <p>2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание.</p> <p>3. Контроль результата индивидуальной подготовки к выполнению задания.</p>
	Самостоятельная работа № 8 (7 ч.)	<p>1. Организация команды и выбор способа решения задания – исследование или проект.</p> <p>2. Командная работа по выполнению задания.</p>
	Лекция № 9 (2 ч.)	<p>1. Моделирование результатов решения профессиональных задач по теме.</p> <p>2. Анализ лучших практик по теме.</p>
	Семинар № 11 (2 ч.)	<p>1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы.</p> <p>2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание.</p> <p>3. Контроль уровня готовности команды и промежуточного результата командной работы.</p>
	Самостоятельная работа № 9 (8 ч.)	<p>1. Проверка и корректировка результата работы.</p> <p>2. Подготовка доклада об итоговом результате работы.</p>
	Семинар № 12 (2 ч.)	<p>1. Доклад об итоговом результате самостоятельной работы.</p> <p>2. Оценка итогового результата по выполнению задания и рекомендации по развитию исследования или проекта.</p>

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	35 баллов
- защита проекта (темы 1-2)	25 баллов	25 баллов
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой (коллоквиум)		40 баллов
<b>Итого за семестр</b>		<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

### 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A, B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D, E	удовлетворительно/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F, FX	неудовлетворительно/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

### 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

#### Оценочные средства текущего контроля

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины «Глобальные медиаинновации и региональные медиакультуры» предусмотрена одна текущая аттестация.

Форма текущего контроля: проверка выполнения заданий семинарских занятий.

Кейс-стади проходят строго в рамках тем семинарских занятий и дополнительных тем не требуют.

*При оценивании выполнения заданий на семинарских занятиях учитывается (максимум 10 баллов):*

- степень и полнота раскрытия параметров задания: задание выполнено полностью и без ошибок (2 балла); задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности (1 балл);
- обоснованность содержания и выводов работы: задание выполнено полностью, обоснование содержания и выводов достаточны, рассуждения верны (2 балла); задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) (1 балл);
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков (0-2 балла);
- умение применить теорию к незнакомым ситуациям (0-2 балла);

- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии, логическая последовательность изложения материала (0-2 балла).

### **Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Форма проведения промежуточной аттестации: защита проекта.

При проведении промежуточной аттестации (зачет с оценкой) студент должен подготовить и защитить проект.

*При оценивании проекта учитывается (максимум 40 баллов):*

- соблюдение формы и объема работы: 5 стр., 12 или 14 кегль, одинарный интервал, форматирование текста по ширине страницы (работы, скаченные из сети, и/или не соответствующие предложенной в задании структуре не принимаются) – 0-5 баллов;
- корректное употребление профессиональной терминологии, а также правильное понимание основных идей и концепций курса – 0-5 баллов;
- умение применить знания, полученные в рамках курса (проанализировать собранную информацию об организации в соответствии с логикой категорий и моделей построения связей с общественностью) – 0-15 баллов;
- умение ясно, логично, непротиворечиво и убедительно изложить результаты своего исследования в письменной (тест работы, презентация в программе Power Point) и устной (10-минутное выступление) формах – 0-10 баллов;
- наличие ссылок на использованные источники (Ф.И. автора, название публикации, название, год и место издания, ссылка URL) – 0-5 баллов.

#### ***Задание к промежуточной аттестации***

#### ***«Проект коммуникационной кампании по укреплению «мягкой силы» России за рубежом»***

*Тематические направления проекта коммуникационной кампании:*

1. Популяризация современной русской культуры за рубежом:
  - Объект популяризации – продукт массовой культуры (фильм, сериал, графический роман, музыкальный или танцевальный коллектив, национальное блюдо и т.д.);
  - ЦА – молодежь выбранной страны.
2. Коммуникативное обеспечение мультимедийного образовательного проекта по изучению русского языка:
  - Объект – аналог проекта BBC Learning English на базе медиахолдинга Russia Today;
  - ЦА – молодежь и взрослые.

*Задание:*

1. Выбрать одно из двух предложенных направлений, объект популяризации и страну для анализа (в рамках первого направления). Ознакомившись с рекомендуемой научной и учебной литературой, изучить *этническую специфику* выбранной страны, характеристику культуры страны по Э.Холлу, Г.Хофстеде и Р.Льюису, *особенности межкультурной коммуникации* между народами России и данной страны, а также социальные, экономические и политические *контексты* этого взаимодействия.

2. Подготовить *проект* по следующей структуре:

- сформулировать *проблему* в сфере межкультурного взаимодействия народами России и данной страны (особенности менталитета, негативные стереотипы и т.д.);
- выделить *цели и задачи проекта* по решению данной проблемы (какие шаги надо предпринять для популяризации выбранного объекта в рамках намеченной проблемы?);
- определить основные *общественные группы*, с которыми необходимо осуществить взаимодействие, дать им краткую *характеристику*, выделить среди них наиболее *приоритетные* (это могут быть организации: НПО, НГО, НКО, органы государственной власти, политические партии, профсоюзы, а также группировки элит, журналисты, ученые, представители искусства, студенты и т.д.);
- сформулировать *ключевые сообщения* для приоритетных общественных групп;
- обосновать выбор *коммуникативных каналов* для донесения данных сообщений;
- предложить *программу мероприятий*, направленную на достижение выделенной вами цели, и
- *критерии эффективности*, по которым вы будете оценивать достигнутый результат.

### **Рекомендуемая структура (план) проекта:**

#### 1. аннотация проекта (1 стр.):

- проблема,
- цели и задачи проекта,
- общественные группы,
- ключевые сообщения,
- коммуникативные каналы,
- перечень основных мероприятий,
- критерии эффективности.

#### 2. описание проекта (9 стр.):

- краткая характеристика культуры страны по Э.Холлу, Г.Хофстеде и Р.Льюису, а также этнических, социальных, экономических и политических контекстов взаимодействия РФ и выбранной страны,
- обоснование существования выделенной вами проблемы, целей и задач проекта,
- обоснование выбора общественных групп, ключевых сообщений и коммуникативных каналов,
- аргументированное изложение программы мероприятий (почему выбраны такие формы, желательное место и время проведения, возможные партнерские организации и/или круг лиц, которые могли бы быть в них заинтересованы, могли бы стать участниками, спонсорами, обеспечить информационную поддержку и т.д.)
- обоснование релевантности выделенных критериев эффективности (т.е. доказать, что с их помощью можно проверить, насколько в результате осуществления проекта были достигнуты поставленные цели).

### ***Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет с оценкой)***

1. Медиа как расширения человека (Г.Маклюен).
2. Глобальные медиаинновации модерна: массовая печать, телеграф, телефон, радио.
3. Медиа как фактор социальной мобилизации.
4. Глобальные медиаинновации модерна: фотография, кинематограф, телевидение.
5. Экранная коммуникация.
6. Глобальные медиаинновации постмодерна: персональный компьютер, мобильный телефон, интернет, социальная сеть, смартфон.
7. Постэкранные новые медиа.
8. Сравнительный анализ моделей вещания: печатная, аналоговая, цифровая.

9. Власть как коммуникация (М.Кастельс).
10. Дополненная и виртуальная реальность.
11. Электрокочевой социум (У.Митчелл).
12. Медиакультура Европы и США.
13. Культурная идентичность в медиапрактиках западных стран.
14. Обзор медиаисследований стран Запада: характеристика коммуникационных активностей, типология лидеров мнений, репрезентации образов прошлого и будущего.
15. Обзор медиаисследований стран Запада: стереотипные персонажи как модели поведения, специфика адаптации медиаконтента.
16. Особенности медиакультуры современной России.
17. Западная культура как ресурс и медиа как инструмент «мягкой власти» государства.
18. Медиакультура стран Азии.
19. Обзор медиаисследований стран Восточной Азии: дорамы, манга (манхва), аниме (дунхуа), айдолы, фанатские практики.
20. Обзор медиаисследований стран Восточной Азии: стереотипные персонажи как модели поведения, адаптации медиаконтента.
21. Культурная идентичность в медиапрактиках восточных стран.
22. Восточная культура как ресурс и медиа как инструмент «мягкой власти» государства.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1 Список источников и литературы**

#### Литература

##### основная

1. Энциклопедия мировой индустрии СМИ : учебное пособие / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, А. А. Гладкова [и др.] ; под. ред. Е. Л. Вартановой. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2019. - 480 с. - ISBN 978-5-7567-1059-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241355>.
2. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, А. В. Вырковский [и др.] ; под. ред. Е.Л. Вартановой. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2021. - 424 с. - ISBN 978-5-7567-1103-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241353>.
3. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 141 с. - ISBN 978-5-7567-1133-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1688266>.
4. Зубок, А. С. Телевизионная индустрия США : учебное пособие / А. С. Зубок. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 256 с. - ISBN 978-5-9558-0392-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1015084>.
5. Макдональд, Г. Правда: как политики, корпорации и медиа формируют нашу реальность, выставляя факты в выгодном свете / Гектор Макдональд ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 368 с. - ISBN 978-5-96142-138-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077907>.

##### дополнительная

6. Смолянинова, О. Г. Практики поликультурной медиации в Европе (на примере Италии, Португалии, Германии) : учебное пособие / О. Г. Смолянинова. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2019. - 188 с. - ISBN 978-5-7638-4060-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818980>.

7. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473557>.
8. Куличкина, Г. В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа : учебное пособие для вузов / Г. В. Куличкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07954-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474592>.
9. Ефанов, А. А. Общество во власти медиапроцессов : монография / А.А. Ефанов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1140665. - ISBN 978-5-16-016414-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1140665>
10. Ефанов, А. А. Социология медиакультуры и медиаобразования : учебное пособие для вузов / А. А. Ефанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12432-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476511>.
11. Хренов, Н. А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры : учебное пособие для вузов / Н. А. Хренов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 411 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14223-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468080>.
12. Чепкина, Э. В. Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ : учебное пособие для вузов / Э. В. Чепкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 115 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09946-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473808>.
13. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150923>.
14. Молчанова, О. И. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере : монография / О. И. Молчанова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 241 с. — (Научная мысль). — ISBN 978-5-16-015086. - [www.dx.doi.org/10.12737/monography\\_5cc060198a5712.81801460](http://www.dx.doi.org/10.12737/monography_5cc060198a5712.81801460). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1016659>.
15. Фортунатов, А. Н. Эго-медиа. Социально-философские штрихи к истории телевидения: практический курс : практическое пособие / А. Н. Фортунатов. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2018. - 174 с. - ISBN 978-5-9765-3494-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1722335>.
16. Евдокимов, В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве : учебное пособие / В.А. Евдокимов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 224 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-006932-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1069342>.

## 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)  
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)  
 Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

### 6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

### 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

### 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

### 9.1 Планы семинарских занятий

**Семинар №1 по теме: «Европейские региональные медиакультуры и локальные коммуникационные кампании: PR как просвещение общественности, или кампании «общественного обучения»**

*Цель занятия:* сформировать у студентов целостное представление о европейских региональных медиакультурах и возможностях локальных кампаний по связям с общественностью.

*Форма проведения* – анализ конкретных случаев (кейс-стади).

*Вопросы для обсуждения:*

1. Прочитайте предложенный для анализа кейс, заполните шаблон-организатор.
2. Каковы культурные особенности Словении? Охарактеризуйте культуру Словении с точки зрения следующих теорий:
  - Р.Льюиса: моно-, полиактивная или реактивная? Как в этой культуре принято обращаться со временем? Какими источниками информации принято пользоваться: формальными или неформальными каналами?
  - охарактеризуйте культуру Словении по параметрам Г.Хофстеде (для получения индексов по всем 6 параметрам модели используйте COMPARE COUNTRIES на сайте <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/>).
3. Каковы цели и задачи данной коммуникативной компании?

4. С какими общественными группами необходимо было выстроить коммуникативное взаимодействие?
5. Какие коммуникативные каналы были при этом использованы?
6. Какие коммуникативные технологии были применены в рамках данной кампании по отношению к каждой общественной группе? Какие социокультурные особенности коммуникативных технологий вы можете выделить на данном примере? Если бы данная кампания проходила бы в текущем году, какие коммуникативные технологии необходимо было бы добавить в ее технологический инструментарий?

### **Семинар №2 по теме: «Постановка проблемы для коммуникативного проекта»**

*Цель занятия:* сформировать у студентов готовность к формулированию проблемы для коммуникативного проекта.

*Форма проведения* – дискуссия.

*Задание:*

1. *Позитивное (дискриптивное) исследование ситуации.* Описать текущее положение дел в той сфере, которую вы выбрали для подготовки проекта коммуникативной кампании. Кратко охарактеризовать потребности потенциального заказчика, а также социальные, экономические, политические, культурные факторы, влияющие на данную ситуацию. Для составления обзора ситуации используйте научную литературу по выбранной теме, а также проанализируйте материалы СМИ.

2. *Постановка проблемы.* Обоснуйте, в силу каких причин необходима коммуникационная кампания. Какие проблемы / проблемные ситуации она должна разрешить (то есть какие противоречия она должна снять, недостаток / дефицит чего восполнить)?

3. *Нормативное исследование ситуации.* Опишите будущее (желаемое, должное) состояние объекта (процесса) после разрешения проблемной ситуации. Используйте научную литературу, материалы СМИ и творческое воображение.

На основе своих изысканий подготовьте *текст (не более 3 стр.)* и *устное выступление (10-15 мин)*. Язык изложения должен быть ясным, последовательным и логичным, основанным на использовании конкретных цифр и ссылок на установленные факты, формулировки четкими и недвусмысленными. В качестве образца стиля изложения используйте формулировку проблемы в приложенном кейсе.

### **Семинар №3 по теме: «Коммуникативные технологии формирования наднациональных общностей и ликвидации социальных расколов после периода длительного межгосударственного противостояния»**

*Цель занятия:* сформировать у студентов готовность анализировать возможности геополитической интеграции с помощью коммуникационных инструментов.

*Форма проведения* – анализ конкретных случаев (кейс-стади).

*Вопросы для обсуждения:*

1. Каково предназначение программы PHARE в контексте необходимости ликвидации последствий периода длительного противостояния Западной и Восточной Европы во время «холодной войны»?
2. Каковы культурные особенности стран Восточной Европы? Охарактеризуйте культуры Центральной и Восточной Европы с точки зрения следующих теорий:
  - Р.Льюиса: моно-, полиактивные или реактивные?
  - охарактеризуйте упомянутые в источнике страны Центральной и Восточной Европы по параметрам Г.Хофстеде (для получения индексов по всем 6 параметрам модели

используйте COMPARE COUNTRIES на сайте <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/>).

3. Каковы цели и задачи коммуникативной компании PHARE?
4. С какими общественными группами необходимо было выстроить коммуникативное взаимодействие?
5. Какие коммуникативные каналы были при этом использованы?
6. Какие коммуникативные технологии были применены в рамках данной кампании по отношению к каждой общественной группе? Какие социокультурные особенности коммуникативных технологий вы можете выделить на данном примере? Если бы данная кампания проходила бы в текущем году, какие коммуникативные технологии необходимо было бы добавить в ее технологический инструментарий?

#### **Семинар №4 по теме: «Коммуникативные стратегии урегулирования международных конфликтов: формирование атмосферы сплоченности внутри миротворческих войск»**

*Цель занятия:* сформировать у студентов готовность анализировать возможности коммуникационных инструментов в ходе урегулирования международных конфликтов.

*Форма проведения* – анализ конкретных случаев (кейс-стади).

*Вопросы для обсуждения:*

1. Охарактеризуйте культуры стран, участвующих в миротворческой акции (США, Великобритания, Франции, Италии), с точки зрения следующих теорий:
  - Р.Льюиса: моно-, полиактивные или реактивные? Какими источниками информации принято пользоваться: формальными или неформальными каналами?
  - охарактеризуйте упомянутые в источнике страны по параметрам Г.Хофстеде.
2. Каким образом была сформирована система внешних коммуникаций миротворческих сил (IFOR)?
3. Каким образом была сформирована система внутренних коммуникаций миротворческих сил (IFOR)?
4. Каковы цели и задачи система внутренних коммуникаций миротворческих сил (IFOR)?
5. С какими общественными группами необходимо было выстроить коммуникативное взаимодействие?
6. Какие коммуникативные каналы были при этом использованы?
7. Какие коммуникативные технологии были применены в рамках данной кампании? Какие социокультурные особенности коммуникативных технологий вы можете выделить на данном примере?

#### **Семинар №5 по теме: «Постановка целей и задач коммуникативной кампании»**

*Цель занятия:* сформировать у студентов готовность к формулированию целей и задач для коммуникативного проекта.

*Форма проведения* – дискуссия.

*Задание:*

1. Кратко опишите текущее и будущее (желаемое, должное) состояние объекта. Сформулируйте цель коммуникативной кампании, которая покроет образовавшийся разрыв между этими двумя состояниями.
2. Разбейте цель коммуникативной кампании на последовательные шаги (этапы), сформулируйте задачи, соответствующие каждому шагу. Проверьте, чтобы задачи были измеряемыми. Каким образом вы будете фиксировать достижение каждой из задач?

Цель и задачи коммуникативной кампании должны быть сформулированы кратко, четко, однозначно, не противоречить друг другу.

### **Семинар №6 по теме: «Технологии «внедрения в культуру»: соединение корпоративного имиджа с культурной деятельностью»**

*Целевая установка:* сформировать у студентов готовность анализировать особенности организации коммуникативных кампаний по формированию имиджа организации с помощью культурной деятельности.

*Форма проведения* – анализ конкретных случаев (кейс-стади).

#### *Вопросы для обсуждения:*

1. Прочитайте предложенный для анализа кейс, заполните шаблон-организатор.
2. Каковы культурные особенности рассматриваемых арабских стран? Охарактеризуйте упомянутые в источнике страны Персидского залива и Ближнего Востока по параметрам Г.Хофстеде (для получения индексов по всем 6 параметрам модели используйте COMPARE COUNTRIES на сайте <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/>).
3. Каковы цели и задачи коммуникативной компании BMW?
4. С какими общественными группами необходимо было выстроить коммуникативное взаимодействие?
5. Какие коммуникативные каналы были при этом использованы?
6. Какие коммуникативные технологии были применены в рамках данной кампании по отношению к каждой общественной группе? Какие социокультурные особенности коммуникативных технологий вы можете выделить на данном примере? Если бы данная кампания проходила бы в текущем году, какие коммуникативные технологии необходимо было бы добавить в ее технологический инструментарий?

### **Семинар №7 по теме: «Анализ медиапространства»**

*Цель занятия:* сформировать у студентов готовность к анализу медиапространства для коммуникативного проекта.

*Форма проведения* – дискуссия.

#### *Задание:*

1. Подобрать публикации о проблеме, которую вы выбрали для своего проекта коммуникативной кампании, используя базу данных Интегрум Профи Центральная пресса (период – текущий год), вход в которую возможен из электронного читального зала РГБ, или иную доступную базу для мониторинга СМИ и социальных медиа. Зафиксировать общее количество упоминаний выбранной компании в центральной прессе за последний год и динамику медиаактивности по месяцам.

2. Типологизировать издания, которые пишут о вашей компании: общественно-политические, деловые, тематические. Выделить десять изданий, в которых больше всего упоминалась выбранная вами проблема, подумать, почему именно такого рода издания пишут о ней.

3. Составить перечень:

- тем и/или событий, в связи с которыми упоминается выбранная вами проблема;
- персоналии (представители органов власти, НКО и НПО, эксперты), которые дают интервью / комментарии прессе по данной проблеме или пишут статьи по данной проблеме;
- журналистов, которые пишут статьи по данной проблеме.

4. Оценить тональность просмотренных вами публикаций о компании (негативные/позитивные/нейтральные). Если статей слишком много, можно просмотреть их только за последний месяц.

5. Подготовить краткое сообщение о проделанной работе (10 мин). Желательно представить результаты исследования в наглядном виде: графики медиа-активности, рейтинги изданий, диаграммы по тональности и т.д.

### **Семинар №8 по теме: «Коммуникативные кампании по формированию привлекательности территории: как переориентировать экономику страны с добычи ресурсов на развитие сферы услуг»**

*Целевая установка:* сформировать у студентов готовность анализировать возможности организации коммуникативных кампаний по формированию привлекательного имиджа территории с целью перехода от добывающей экономики к развитию сферы услуг.

*Форма проведения* – анализ конкретных случаев (кейс-стади).

#### *Задание:*

Прочитайте предложенный для анализа кейс, заполните шаблон-организатор. Какие социокультурные особенности коммуникативных технологий вы можете выделить на данном примере?

*Источник:* Департамент по маркетингу туризма и коммерции в Дубае // PR-сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. М., 2002. С. 342-361.

### **Семинар №9 по теме: «Коммуникативные стратегии восстановления экономики страны после длительного международного конфликта или гражданской войны»**

*Целевая установка:* сформировать у студентов готовность анализировать возможности коммуникационных инструментов для восстановления экономики и привлечения иностранных туристов.

*Форма проведения* – анализ конкретных случаев (кейс-стади).

#### *Вопросы для обсуждения:*

1. Каковы этнокультурные особенности Ливана, какие этнические группы там проживают? Охарактеризуйте культуру данной страны с точки зрения следующих теорий:
  - Р.Льюиса: моно-, полиактивная или реактивная?
  - Параметрической модели Г.Хофстеде.
2. Охарактеризуйте специфику арабского менталитета: основные особенности мировоззрения, ценности, нормы и правила поведения.
3. Почему привлечение туристов в Ливан стало национальной задачей? Кто выступил заказчиком данной коммуникативной кампании?
4. Каковы особенности ливанского общества? Охарактеризуйте развитие туризма в Ливане до и после гражданской войны 1975-1991, а также роль доходов от туризма в экономике данной страны.
5. Каковы цели и задачи коммуникативной кампании по восстановлению туристической отрасли Ливана?
6. С какими общественными группами необходимо было выстроить коммуникативное взаимодействие?
7. Какие коммуникативные каналы были при этом использованы?
8. Какие коммуникативные технологии были применены в рамках данной кампании по отношению к каждой общественной группе?

### **Семинар № 10 по теме: «Коммуникативные технологии антикризисных правительственных кампаний в международных конфликтных ситуациях»**

*Целевая установка:* сформировать у студентов готовность анализировать кризисные ситуации, в которые попало правительство страны, и предлагать коммуникационную программу по их урегулированию.

*Форма проведения* – анализ конкретных случаев (кейс-стади).

#### *Вопросы для обсуждения:*

1. Каковы этнокультурные особенности Нигерии, какие этнические группы там проживают? Охарактеризуйте культуру Нигерии с точки зрения следующих теорий:
  - Р.Льюиса: моно-, полиактивная или реактивная?
  - охарактеризуйте Нигерию по параметрам Г.Хофстеде.
2. Кратко охарактеризуйте конфликтную ситуацию, в которую попала Нигерия. В чем заключалась, по вашему мнению, проблема во взаимоотношениях между федеральным центром и племенем огони? В чем разница восприятия данного конфликта правительством Нигерии и международным сообществом?
3. Каковы цели и задачи правительственной коммуникативной кампании?
4. С какими общественными группами необходимо было выстроить коммуникативное взаимодействие?
5. Какие коммуникативные каналы были при этом использованы?
6. Какие коммуникативные технологии были применены в рамках данной кампании по отношению к каждой общественной группе?
7. Почему коммуникативная кампания правительства Нигерии оказалась неэффективной? Какие шаги надо было предпринять, чтобы урегулировать данную конфликтную ситуацию?

### **Семинар №11 по теме: «Коммуникативные технологии антикризисных кампаний ТНК: восстановление репутации в международных конфликтных ситуациях»**

*Целевая установка:* сформировать у студентов готовность анализировать кризисные ситуации, в которые попала ТНК, и предлагать коммуникационную программу по их урегулированию.

*Форма проведения* – анализ конкретных случаев (кейс-стади).

#### *Вопросы для обсуждения:*

1. Каковы этнокультурные особенности Нигерии, какие этнические группы там проживают? Охарактеризуйте культуру Нигерии с точки зрения следующих теорий:
  - Р.Льюиса: моно-, полиактивная или реактивная?
  - охарактеризуйте Нигерию по параметрам Г.Хофстеде.
2. Охарактеризуйте корпоративную культуру компании Shell, ориентируясь на то, что это нидерландо-британская компания, с точки зрения следующих теорий:
  - Р.Льюиса: моно-, полиактивная или реактивная?
  - Параметрической модели Г.Хофстеде.
3. Кратко охарактеризуйте конфликтную ситуацию, в которую попала компания Shell в Нигерии. Почему международное сообщество обвинило компанию в пособничестве правительству Нигерии?
4. Каковы цели и задачи коммуникативной кампании компании Shell?
5. С какими общественными группами необходимо было выстроить коммуникативное взаимодействие?
6. Какие коммуникативные каналы были при этом использованы?

7. Какие коммуникативные технологии были применены в рамках данной кампании по отношению к каждой общественной группе?
8. Почему коммуникативная кампания компании Shell оказалась эффективной?

### **Семинар №12 по теме: «Оценка жизнеспособности коммуникативного проекта»**

*Цель занятия:* сформировать у студентов готовность к оценке жизнеспособности коммуникативного проекта.

*Форма проведения* – дискуссия.

*Задание:*

1. Подумайте, осуществите поиск в интернете и составьте список организаций и сообществ, которые поддержат вашу коммуникативную кампанию.
2. На основе публикаций о проблеме, которую вы выбрали для своего проекта коммуникативной кампании (см. медиаанализ), составьте наиболее подробный перечень заинтересованных общественных групп, которые уже вовлечены в данный процесс. В скобках рядом с каждой группой пометьте, с помощью какого инструмента/средства/канала происходит взаимодействие с данной общественной группой. Перечень должен быть как можно более подробным, даже избыточным (см. образец выделения общественных групп в см. в презентации лекций). Подумайте и допишите, с какими еще группами необходимо работать, предложите соответствующие ключевые сообщения, средства и каналы.
3. Проведите анализ конкурентов вашего проекта или аналогичных проектов: сколько их, каковы их преимущества и недостатки, сильные и слабые стороны. Визуализируйте положение вашего проекта относительно его конкурентов на графике (в качестве оси абсцисс и ординат могут выступать любые доступные вам количественные показатели).
4. Проанализируйте систему коммуникаций самого сильного конкурентного проекта:
  - На какие общественные группы он нацелен?
  - Какие ключевые сообщения включает?
  - Какие коммуникативные каналы и средства в нем задействованы?
  - Какие рекомендации для вашего проекта вы можете сформулировать на основе анализа деятельности данного конкурентного проекта?

***Материально-техническое обеспечение занятия:*** учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

## **9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

*Структура и содержание доклада  
по результатам исследовательской работы*

Минимальный объем доклада – 10 стр. Структура доклада: титульный лист (1 стр.), содержание (1 стр.), введение (1 стр.), основная часть (3 раздела), заключение (1 стр.), список использованной литературы и источников (не менее 10 работ).

Во введении обосновывается актуальность темы, объект и предмет, цель и три задачи исследования, теоретическое (классические и новые концепции) и эмпирическое (первичная и вторичная информация) основания для раскрытия темы.

Основная часть доклада состоит из трех разделов. В первом разделе определяется степень разработанности темы в литературе, обзор теоретического основания и обоснование выбора автором концепции для раскрытия темы.

Во втором разделе дается описание актуального состояния объект-предметного поля темы исследования на основе эмпирических данных; делаются выводы о соответствии или несоответствии теоретических представлений и эмпирических данных.

В третьем разделе анализируется материал, собранный автором для изучения конкретного примера по теме доклада; обосновываются рекомендации по развитию исследования феномена практики или по совершенствованию решений (управленческих, технологических, проектных или продуктовых) для медиакоммуникаций в современных условиях.

В заключении обосновывается мнение автора, раскрывающее тему доклада, и указывается теоретическая и практическая значимость полученного результата исследования для профессиональной подготовки по направлению «Реклама и связи с общественностью».

В список использованной литературы и источников включаются только те публикации, на которые есть ссылка в тексте доклада. Список формируется в алфавитном порядке и имеет сквозную нумерацию от первой до последней работы. Электронные ресурсы размещаются в общем ряду с текстами. Литература на иностранном языке размещается в конце списка. Публикации одного автора ставятся по годам от ранних к поздним.

В приложение выносятся все не созданные автором иллюстрации, схемы, таблицы и другие материалы – указывается ссылка на источник информации после заголовка приложения.

#### Правила оформления доклада.

Доклад выполняется на листах бумаги формата А4. Поля – сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт Times New Roman, кегль 14, интервал полуторный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц вверху посередине – ставятся везде, кроме первого (титульного) листа.

Оформление производится по общим правилам ГОСТ 7.32-2017 «Отчет по научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», где в пункте 6.9 указывается: «Порядковый номер ссылки (отсылки) приводят арабскими цифрами в квадратных скобках в конце текста ссылки. Порядковый номер библиографического описания источника в списке использованных источников соответствует номеру ссылки».

Каждая часть работы (содержание, введение, заключение, список использованных источников и литературы, приложение) и каждый раздел основной части доклада начинается с новой страницы. Названия частей работы («Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников и литературы», «Приложение») и разделов основной части доклада («Раздел 1. Название») выделяется жирным шрифтом, выравнивание по центру.

#### *Структура и содержание доклада по результатам проектной работы*

Минимальный объем доклада – 10 стр. Структура доклада: титульный лист (1 стр.), содержание (1 стр.), введение (1 стр.), основная часть (3 раздела), заключение (1 стр.), список использованных источников и литературы (не менее 10 работ), приложение.

Во введении обосновывается актуальность темы, объект и предмет, цель и три задачи проектной работы, теоретическое (классические и новые концепции) и эмпирическое (первичная и вторичная информация) основания для выполнения проектной работы.

Основная часть проектной работы состоит из трех разделов:

В первом разделе определяются основания для разработки проектного решения – обзор теоретического основания и актуального состояния объект-предметного поля на основе эмпирических данных; формулируется идея (гипотеза) проекта, указывается выбранное

автором направление разработки – стратегическое решение, креативное решение или решение по медиаизмерениям.

Во втором разделе предлагается описание модели проектной деятельности для реализации выдвинутой идеи (гипотезы) проекта – планирование содержания работ, ресурсов и времени проекта; выбор способа проверки реализуемости идеи (гипотезы) проекта (например, экспертиза, эксперимент или тест); выводы по практическому применению планируемых результатов проекта для решения профессиональных задач в современных рекламных и PR-коммуникациях.

В третьем разделе – разработка решений для выбранного обучающимся вида работ: для стратегических решений – это модели деятельности и образцы управленческой документации (например, коммуникационная стратегия); для креативных решений – это презентационные материалы и образцы контента (прототипы медиапродуктов); для медиаизмерений – это процедуры измерений, анализа и интерпретации.

В список использованной литературы и источников включаются только те публикации, на которые есть ссылка в тексте доклада. Список формируется в алфавитном порядке и имеет сквозную нумерацию от первой до последней работы. Электронные ресурсы размещаются в общем ряду с текстами. Литература на иностранном языке размещается в конце списка. Публикации одного автора ставятся по годам от ранних к поздним.

В приложение выносятся все не созданные автором иллюстрации, схемы, таблицы и другие материалы – указывается ссылка на источник информации после заголовка приложения.

Обязательно в приложении размещаются базовые документы проекта – паспорт, план и отчет.

#### Правила оформления доклада.

Доклад выполняется на листах бумаги формата А4. Поля – сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт Times New Roman, кегль 14, интервал полуторный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц вверху посередине – ставятся везде, кроме первого (титального) листа.

Оформление производится по общим правилам ГОСТ 7.32-2017 «Отчет по научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», где в пункте 6.9 указывается: «Порядковый номер ссылки (отсылки) приводят арабскими цифрами в квадратных скобках в конце текста ссылки. Порядковый номер библиографического описания источника в списке использованных источников соответствует номеру ссылки».

Каждая часть работы (содержание, введение, заключение, список использованных источников и литературы, приложение) и каждый раздел основной части доклада начинается с новой страницы. Названия частей работы («Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников и литературы», «Приложение») и разделов основной части доклада («Раздел 1. Название») выделяется жирным шрифтом, выравнивание по центру.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

*Цель дисциплины* «Глобальные медиаинновации и региональные медиакультуры» - овладение студентами основами реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в мультикультурной среде. *Задачи дисциплины:*

1) обеспечить понимание, как использовать глобальные медиаинновации и региональные медиакультуры при реализации коммуникационного проекта;

2) сформировать готовность студентов осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии в мультикультурной среде;

3) создать условия для овладения навыками проведения формативного (предварительного) исследования для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; методы исследований, их возможности и ограничения.

*Уметь:* спланировать мероприятие по связям с общественностью в рамках сформулированной коммуникационной стратегии; интерпретировать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

*Владеть:* навыками тактического планирования мероприятий по связям с общественностью; навыками проведения формативного (предварительного) исследования.