

**Приложение 1 к РПД Планирование и проведение медиакампаний
42.03.02. Журналистика.
Направленность (профиль) Медиа-рилейшнз
Форма обучения – очная
Год набора - 2022**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Общие сведения

1.	Кафедра	Филологии и медиакоммуникаций
2.	Направление подготовки	42.03.02. Журналистика
3.	Направленность	Медиа-рилейшнз
4.	Дисциплина (модуль)	Планирование и проведение медиакампаний
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

1. Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных и практических занятий

1.1 Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных занятий

В ходе лекционных занятий студенту необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание изучаемой дисциплины, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки, подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Рекомендуется активно задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

1.2 Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим) занятиям

В ходе подготовки к семинарским (практическим) занятиям следует изучить основную и дополнительную литературу, учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы.

Можно подготовить свой конспект ответов по рассматриваемой тематике, подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие. Следует продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой. Можно дополнить список рекомендованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы.

1.3 Методические рекомендации по созданию опорного конспекта

Опорный конспект – это развернутый план предстоящего ответа студента на теоретический вопрос. Он призван помочь студенту последовательно изложить тему, а преподавателю следить за логикой его ответа.

Основные требования к содержанию опорного конспекта:

1. Полнота – в конспекте должно быть отражено все содержание вопроса.
2. Логически обоснованная последовательность изложения.

Основные требования к форме записи опорного конспекта:

1. *Лаконичность.* Опорный конспект должен быть минимальным, чтобы его можно

было воспроизвести за 6 – 8 минут. По объему он должен составлять примерно один полный лист.

2. *Структурность*. Весь материал должен располагаться малыми логическими блоками, то есть должен содержать несколько отдельных пунктов, обозначенных номерами или строчными пробелами.

3. *Акцентирование*. Для лучшего запоминания основного смысла опорного конспекта, главную идею выделяют рамками различных цветов, различным шрифтом, различным расположением слов (по вертикали, по диагонали).

4. *Унификация*. При составлении опорного конспекта используются определённые аббревиатуры и условные знаки, часто повторяющиеся в курсе данного предмета (ВОВ, РФ и др.)

5. *Автономия*. Каждый малый блок (абзац) должен выражать законченную мысль и быть аккуратно оформлен (иметь привлекательный вид).

6. *Оригинальность*. Опорный конспект должен быть оригинален по форме, структуре, графическому исполнению, благодаря чему он лучше сохраняется в памяти. Он должен быть наглядным и понятным не только студенту, но и преподавателю.

7. *Взаимосвязь*. Текст опорного конспекта должен быть взаимосвязан с текстом источника, что так же влияет на усвоение материала.

Примерный порядок составления опорного конспекта

1. Первичное ознакомление с материалом изучаемой темы по тексту учебника, картам, дополнительной литературе.

2. Выделение главного в изучаемом материале, составление обычных кратких записей.

3. Подбор к данному тексту опорных сигналов в виде отдельных слов, определённых знаков, графиков, рисунков.

4. Продумывание схематического способа кодирования знаний, использование различного шрифта и т.д.

5. Составление опорного конспекта.

1.5 Методические рекомендации по подготовке к учебной дискуссии

Учебная дискуссия является целенаправленным и упорядоченным обмен идеями, суждениями, мнениями в группе ради поиска истин. При этом организуется поиск нового знания - оценки, ориентира для последующей самостоятельной работы.

Преподаватель заранее дает ссылки на литературу или др. источники, которые необходимо изучить перед занятием. В процессе дискуссии студент должен продемонстрировать знание этого материала, а также усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов.

Студент должен принимать активное участие в дискуссии, высказывать свою точку зрения, участвовать в поиске решения проблемы, при этом проявляя способность к анализу, обобщению, критическому осмыслению знаний. Во время полемики студенту необходимо соблюдать этические нормы и проявлять навыки публичной речи, аргументации, ведения дискуссии, демонстрировать владение грамотной речью, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации.

1.6 Методические рекомендации по подготовке к сдаче зачета

Подготовка к зачету способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к зачету, обучающийся ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения.

В период подготовки к зачету обучающиеся вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют знания. Подготовка к зачету включает в себя самостоятельную работу в течение всего периода обучения и непосредственную подготовку в дни, предшествующие зачету по темам разделам и темам учебных дисциплин,

выносимым на зачет.

При подготовке к зачету обучающимся целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, основную и дополнительную литературу. Во время ответа на поставленные вопросы надо быть готовым к дополнительным или уточняющим вопросам. Дополнительные вопросы связаны, как правило, с неполным ответом. Уточняющие вопросы задаются, чтобы либо конкретизировать мысли студента, либо чтобы студент подкрепил те или иные теоретические положения практикой. Полный ответ на уточняющие вопросы лишь усиливает эффект общего ответа обучающегося.

2. Планы практических занятий

Тема 1. Понятие и основные составляющие медиакампании

План:

1. Определение понятия медиакампании.
2. Определение коммуникативных проблем (например, низкий уровень доверия населения к СМИ).
3. Цель и задачи медиакампании.
4. Идеи медиакампании.
5. Темы медиакампании.

Вопросы для самоконтроля:

1. Дайте определение понятию *медиакампания* с точки зрения коммуникации и с позиций бизнеса.
2. В чем заключается роль медиакампаний в современном обществе?
3. Как будет изменяться роль медиакампаний в жизни общества? Дайте свой прогноз и обоснуйте его.

Литература: [1, с. 5-410]; [2, с. 1-335]; [3, с. 3-172]; [4, с. 1-512]

Задания для самостоятельной работы:

1. Составьте словарь основных понятий медиакампании.
2. Исследуйте роль и место медиакампаний в современном обществе и экономической системе, используя учебные пособия и справочные материалы.

Тема 2. Целевая аудитория медиакампании

План:

1. Население территории по социально-демографическим категориям (молодежь, трудоспособное население, пенсионеры, инвалиды).
2. Население территории по ценностным группам (религиозные общины, молодые матери, владельцы личных автомобилей).
3. Мелкие и средние предприниматели.
4. Собственники и топ-менеджеры коммерческих и производственных компаний.
5. Ответственные чиновники других органов власти.
6. Ответственные чиновники высших органов власти.
7. Представители федеральных структур.
8. Лидеры общественного мнения (политики, деятели культуры и искусства).
9. Лидеры общественных организаций и некоммерческих объединений.
10. Профсоюзные лидеры.
11. Средства массовой информации.

Вопросы для самоконтроля:

1. Какие методики используются для определения целевой аудитории?

2. Эффективно ли проводить медиакампанию с ориентацией на все группы населения? Подготовьтесь к учебной дискуссии на эту тему.

Литература: [3, с. 5-410]; [4, с. 1-512]

Задания для самостоятельной работы:

Подготовьте список целевой аудитории медиакампании и средств ее проведения.

Тема 3. Психология медиавоздействия

План:

1. Общая характеристика медиавоздействия.
2. Основные составляющие медиавоздействия.
3. Когнитивный компонент эмоционального воздействия.
4. Эмоциональный компонент эмоционального воздействия.
5. Поведенческая составляющая медиавоздействия.
6. Роль внушения, заражения и подражания в медиа.

Вопросы для самоконтроля:

1. Почему люди поддаются медиавоздействию?
2. Как работают социально-психологические механизмы *внушения, подражания, заражения?*
3. Какие психические процессы составляют познавательную деятельность человека?

Литература: [1, с. 5-410]; [2, с. 1-335]; [3, с. 3-172]; [4, с. 1-512]

Задания для самостоятельной работы:

Проанализируйте популярную передачу на телевидении (по выбору студента) и определите на ее примере основные составляющие медиавоздействия.

Тема 4. Выбор СМИ для медиакампании

План:

1. При выборе СМИ для медиакампании необходимо принять во внимание следующие *коммуникативные параметры СМИ:*

- доверие аудитории к СМИ;
- соответствие редакционной политики СМИ мировоззрению аудитории;
- соответствие тематики СМИ информационным запросам аудитории;
- объективность публикаций (разные мнения по одной и той же проблеме) ;
- достоверность публикаций;
- оперативность СМИ;
- стилистическая адекватность СМИ вкусам аудитории;
- компетентность и профессионализм авторов СМИ;
- стилистическая адекватность СМИ аудитории;
- адресная плотность аудитории;
- лояльность аудитории к СМИ.

Вопросы для самоконтроля:

Что следует понимать под терминами «коммуникативные параметры СМИ»?

Литература: [3, с. 3-172]; [4, с. 1-512]

Задания для самостоятельной работы:

Оцените СМИ Вашего региона по вышеуказанным критериям.

Тема 5. Коммуникативные процессы и управление общественным мнением

План:

1. Понятие коммуникации. Различные механизмы и модели коммуникации.
2. Процесс коммуникации и его элементы: кодирование, сообщение, декодирование, получатель (адресат) сообщения.
3. Содержание взаимоотношений, социальное окружение. Влияние на общественность: сила убеждения, манипуляция общественным мнением.

Вопросы для самоконтроля:

1. Какие механизмы и модели коммуникации Вам известны?
2. Какие существуют классификации общественных групп?
3. Что следует понимать под терминами «целевая группа» и «приоритетная группа»?
4. Назовите этапы процесса коммуникации и дайте им характеристику.

Литература: [1, с. 5-410]; [4, с. 1-512].

Задания для самостоятельной работы:

Подготовьте исследовательский проект по проблеме коммуникации и ее влияния (выбор сферы не ограничен) на общественность и выступите с его обоснованием на практическом занятии.

Тема 6. Планирование и проведение медиакампании

План:

1. Планирование: долгосрочное, среднесрочное, краткосрочное. Стратегическое и тактическое планирование
2. Бизнес-план как основной регламентирующий документ.
3. Подготовительный, организационный, контрольный этапы разработки медиакампании. Подготовительный (информационный) этап – как основа эффективного рекламного процесса.
4. Целевая аудитория и целевое поведение.
5. Определение целей коммуникации и позиционирование продукта. Определение позиции торговой марки и заявление о позиции.
6. Создание концепции. Разработка творческой идеи.

Вопросы для самоконтроля:

1. Какие методики определения целевой аудитории и целевого поведения Вам известны?
2. Какие существуют классификации общественных групп?
3. Что в PR – журналистике понимается под параметрами медиастратегии (схемы охвата, эффективная частота)?
4. Назовите этапы медиапланирования.

Литература: [1, с. 5-410]; [2, с. 1-335]; [3, с. 3-172]; [4, с. 1-512]

Задания для самостоятельной работы:

Подготовьте информацию о приемах создания осведомленности о предмете медиакампании и формирования отношения к нему.

