

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета
Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол № 8 от 29 апреля 2021 года

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Медиакоммуникации»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.10 Управление медиакоммуникационными кампаниями в государственных
структурах, бизнесе и НКО

Магистр

42.04.05 Медиакоммуникации

Профиль «Медиаменеджмент в государственных структурах, бизнесе и НКО»

заочная

Год набора - 2022

Барнаул, 2021 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Шмаков Артём Алексеевич, к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой
медиакоммуникаций, русского языка и риторики

И.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики
к.фил.н. Шмаков Артем Алексеевич

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы	3
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	3
3. Содержание и структура дисциплины	4
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	5
5. Методические материалы по освоению дисциплины.....	10
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	12
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	14

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.О.10 «Управление медиакоммуникационными компаниями в государственных структурах, бизнесе и НКО» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.2	Способен определять оптимальные способы управления проектом с учетом последовательности этапов его жизненного цикла
ОПК-5	Способен к принятию профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2	Способен управлять медиакоммуникационными компаниями в государственных структурах, бизнесе и НКО, исходя из данных анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	УК-2.2	на уровне знаний: знает способы создания коммуникационных проектов и механизмы их функционирования
		на уровне умений: планировать и реализовывать коммуникационные проекты
		на уровне навыков: обладает навыками проектной деятельности в коммуникационной сфере
	ОПК-5.2	на уровне знаний: знает механизмы управления медиакоммуникационными кампаниями
		на уровне умений: умеет гибко и адаптивно решать вопросы управления медиакоммуникационными кампаниями
		на уровне навыков: обладает навыками принятия управленческих решений в сфере медиакоммуникации

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общий объем дисциплины составляет – 3 з.е., 108 академических часов (81 астрономический час).

Количество астрономических и соответствующих им академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) на заочной форме обучения составляет 16 академических часов (12 астрономических часов), из них лекции - 6 академических часов (4,5 астрономических часа), практические занятия – 10 академических часов (7,5 астрономических часа), консультации – 2 академических часа (1,5 астрономических часа), контроль – 36 академических часов (27 астрономических часа), на самостоятельную работу обучающихся количество астрономических и соответствующих им академических часов составляет – 54 академических часов (40,5 астрономических часа).

Дисциплина Б1.О.10 «Управление медиакоммуникационными кампаниями в государственных структурах, бизнесе и НКО» относится к обязательной части и в соответствии с учебным планом осваивается в 3 и 4 семестрах на 2 курсе заочной формы обучения.

3. Содержание и структура дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				К		СР
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР			
Тема 1	Роль и место медиакоммуникационных кампаний в маркетинговой деятельности предприятия	18	2		2			14	ПЗ
Тема 2	Проектирование медиакоммуникационных кампаний. Понятие и коммуникативные функции имиджа	18	2		2			14	ДП
Тема 3	Креативные технологии в медиакоммуникационных кампаниях	20	2		4			14	ПЗ
Тема 4.	GR-коммуникации	14			2			12	Р
	консультации						2		
	контроль						36		
Промежуточная аттестация									экзамен
Всего:		108	6		10			54	

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях;

ДП – доклады-презентации;

УО – устный опрос.

Р – Реферат.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Роль и место медиакоммуникационных кампаний в маркетинговой деятельности предприятия	Роль и место медиакоммуникационных кампаний в маркетинговой деятельности предприятия. Принципы и функции связей с общественностью.
Тема 2	Проектирование медиакоммуникационных кампаний. Понятие и коммуникативные функции имиджа	Проектирование медиакоммуникационных кампаний. Типовые задачи медиакоммуникационных кампаний. Качественные уровни PR. Композиции акций PR. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью
Тема 3	Креативные технологии в медиакоммуникационных кампаниях	Понятие креатива и креативных технологий в связях с общественностью. Инерция мышления. Способы снижения Инерции мышления. Креативные техники генерации идей.
Тема 4	GR-коммуникации	GR-коммуникации. Этапы разработки общей GR-стратегии организации. Инструменты GR.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.10 «Управление медиакоммуникационными кампаниями в государственных структурах, бизнесе и НКО» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Роль и место медиакоммуникационных кампаний в маркетинговой деятельности предприятия	Практическое задание: работа в малых группах
Проектирование медиакоммуникационных кампаний. Понятие и коммуникативные функции имиджа	Выполнение индивидуального задания: доклады-презентации
Креативные технологии в медиакоммуникационных кампаниях	Практическое задание: работа в малых группах
GR-коммуникации	Реферат

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): устный ответ на экзамене.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме 1 «Роль и место медиакоммуникационных кампаний в маркетинговой деятельности предприятия»

Работа в малых группах:

1. Разработка презентационного буклета/листочка для бизнеса: определение целей и целевой аудитории.
2. Разработка презентационного буклета/листочка для НКО: определение целей и целевой аудитории.

Типовые оценочные материалы по теме 2 «Проектирование медиакоммуникационных кампаний. Понятие и коммуникативные функции имиджа»

Типовые темы для докладов с мультимедиа-презентациями:

1. Измерения аудитории СМИ: системы и методы.
2. Способы максимизации целевой аудитории.
3. Анализ эффективности средств маркетинговых коммуникаций для формирования лояльной аудитории СМИ.
4. Принципы формирования целевой аудитории СМИ.
5. Маркетинговые стратегии медиакомпаний (на конкретном примере).

Типовые оценочные материалы по теме 3 «Креативные технологии в медиакоммуникационных кампаниях»

Работа в малых группах:

1. Разработка презентационного брошюры /макета корпоративной газеты для бизнеса: определение целей и целевой аудитории.
2. Разработка презентационного брошюры /макета корпоративной газеты для НКО: определение целей и целевой аудитории.

Типовые оценочные материалы по теме 4 «GR-коммуникации»

Типовые темы рефератов:

1. Типовые работы для GR.
2. Типовые задачи для GR.
3. Понятие GR-коммуникаций.
4. Инструменты GR.
5. Сложности GR.

Критерии оценки докладов-презентаций

Критерии оценки докладов-презентаций	
Баллы: 0 - позиция отсутствует 1 – слабо 2 – хорошо 3 - отлично	Итоговая оценка
Требования	
Структура и содержание (до 12 баллов)	
логичность структуры доклада	
оформлены ссылки на все использованные источники	
презентация отражает основные этапы исследования (проблема, цель, гипотеза, ход работы, выводы, ресурсы)	
содержит ценную, полную, понятную информацию по теме доклада	
Текст на слайдах(до 6 баллов)	

текст на слайде представляет собой опорный конспект (ключевые слова, маркированный или нумерованный список), без полных предложений	
наиболее важная информация выделяется с помощью цвета, размера, эффектов анимации и т.д.	
Наглядность(до 9 баллов)	
иллюстрации помогают наиболее полно раскрыть тему, не отвлекают от содержания	
иллюстрации хорошего качества, с четким изображением	
используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.)	
Дизайн и настройка(до 9 баллов)	
оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания	
для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления	
презентация не перегружена эффектами	
Требования к выступлению (до 9 баллов)	
выступающий свободно владеет содержанием, ясно излагает идеи	
выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории	
выступающий обращается к аудитории, поддерживает контакт с ней	
Общее количество баллов	
Оценка	

Оценивание докладов – презентаций

Количество баллов	0-29	15-29	30-39	40-45
Отметка по 5-ти бальной шкале	2	3	4	5

Критерии оценивания реферата

2-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Зачтено	Отбор литературы для реферата Последовательность и рациональность расположения частей; Самостоятельность отбора литературы; Логичность и	Студентом отобран источники в соответствии с избранной для реферирования темой. При этом логически, в соответствии с темой реферата, изложил отобранный материал и правильно структурировал текст. Сделал выводы в соответствии с логикой рассуждения и изложения материала. Оформил текст в соответствии с требованиями действующего ГОСТа.
Не зачтено (уровень не сформирован)	последовательность изложения материала; Правильность оформления реферата	Студент не смог отобрать источники в соответствии с избранной для реферирования темой и правильно выстроить композицию текста. Не выделил основные положения реферируемых текстов, не представил выводы и неправильно оформил текст, существенно отклонившись от требований ГОСТа.

4.3. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.2	Способен определять оптимальные способы управления проектом с учетом последовательности этапов его жизненного цикла

ОПК-5	Способен к принятию профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2	Способен управлять медиакоммуникационными компаниями в государственных структурах, бизнесе и НКО, исходя из данных анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира
-------	--	---------	---

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-2.2	Способен определять оптимальные способы управления проектом с учетом последовательности этапов его жизненного цикла	Умеет разрабатывать проект с учетом ограниченных ресурсов и применять оптимальные способы управления проектом в государственном секторе, бизнесе и НКО на всех этапах его жизненного цикла.
ОПК-5.2	Способен управлять медиакоммуникационными компаниями в государственных структурах, бизнесе и НКО, исходя из данных анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	Демонстрирует успешные навыки управления медиакоммуникационными компаниями в государственных структурах, бизнесе и НКО, исходя из данных анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира

4.3.1. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые вопросы для промежуточной аттестации (экзамена):

1. Что такое медиакоммуникационные кампании?
2. Перечислите достоинства и недостатки медиакоммуникационных кампаний.
3. Назовите особенности разработки и проведения медиакоммуникационных кампаний.
4. Назовите этапы разработки медиакоммуникационных кампаний.
5. Назовите сходства и различия рекламы и медиакоммуникационных кампаний по следующим критериям: «характер решаемых задач», «цель», «наиболее типовые средства».
6. Понятие и коммуникативные функции имиджа в медиакоммуникационных кампаниях.
7. Какие профессиональные инструменты, используются при разработке имиджа компании.
8. Какова процедура формирования имиджа.
9. Что такое корпоративный имидж организации?
10. Назовите элементы корпоративного имиджа.
11. Приведите известные Вам способы выявления стереотипов.
12. Что такое стереотип.
13. Поясните, чем отличаются положительные и отрицательные стереотипы, а также особенности управления ими.

14. Назовите и дайте краткую характеристику качественным уровням PR.
15. Приведите примеры медиакоммуникационных кампаний, соответствующие каждому качественному уровню PR.
16. Что такое композиция акций PR?
17. Какие типовые композиции PR-акций Вы знаете?
18. Дайте характеристику композиции акций PR «Вложенное действие».
19. Какие особенности взаимодействия PR-отделов организаций со средствами массовой информации Вы знаете?
20. Дайте характеристику композиции акций PR «Намек».
21. Что такое инерция мышления?
22. Назовите креативные техники генерации идей.
23. Роль и место медиакоммуникационных кампаний в маркетинговой деятельности предприятия.
24. Назовите этапы разработки общей GR-стратегии организации.
25. Перечислите основные инструменты GR.
26. Что такое пресс-релиз? Поясните, что означает правило 5 «W» и «H»?
27. Поясните, что такое пресс-kit (press-kit)? Какой минимальный набор документов включает пресс-kit?
28. Какие креативные технологии, применяемые в медиакоммуникационных кампаниях, Вы знаете?
29. Назовите и охарактеризуйте способы снижения инерции мышления.
30. Назовите способ отстройки от конкурентов.
31. Чем деятельность GR-специалиста отличается от деятельности лоббиста?
32. Перечислите типовые работы для службы PR с клиентами.
33. Перечислите типовые работы для службы PR с партнерами.
34. Поясните, что понимается под GR-коммуникациями.
35. На какие группы можно разделить GR-специалистов в России?

Шкала оценивания

Описание шкалы	Оценка (по 5-балльной шкале)
У обучающегося сформированы уверенные знания, умения и навыки, включенные в соответствующий этап освоения компетенций, он глубоко и полно освещает теоретические, методологические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению и демонстрирует дискуссионность проблематики, а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Свободное владение материалом. Достаточный уровень знакомства со специальной научной литературой. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы. Обучающийся не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач	отлично
Ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Приемлемое умение самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества. Обучающийся твердо знает материал дисциплины, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы, правильно применяет	хорошо

теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	
Ставится, если этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы не в полной мере. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала и в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере. Обучающийся показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, неправильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач	удовлетворительно
Ставится, если обучающийся не знает и не понимает сущности вопросов и предлагаемых задач. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по программному материалу дисциплины, обучающийся допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы в недостаточном объеме	неудовлетворительно

5. Методические материалы по освоению дисциплины

5.1. Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся

Наряду с прослушиванием лекций и участием в обсуждении проблем на практических занятиях, учебный план предусматривает затрату обучающимися, как правило, большего числа часов для самостоятельной работы.

Эта работа складывается из изучения литературы, в том числе в связи с подготовкой к практическим занятиям, выполнения других заданий преподавателя.

Основным элементом этой работы является изучение основных разделов дисциплины, содержащейся в программе по этой дисциплине, с использованием записей лекций преподавателя, ведущего курс, и рекомендуемой программой (а в ряде случаев и дополнительно преподавателем) литературы – учебников и учебных пособий, монографий и статей по отдельным проблемам данной науки. Такая работа должна выполняться в той или иной степени всеми обучающимися при подготовке к практическим занятиям. Но это можно делать и по темам, которые не выносятся на практические занятия – для этого рекомендуется сразу после лекции по теме прочитать рекомендованную по ней литературу. Это поможет закреплению материала.

Приступая к изучению той или иной темы, выделяемой по предметно-систематизированному принципу, нужно по отдельности и последовательно рассмотреть каждую из частей, из которых состоит тема.

Формой самостоятельной работы может быть и подготовка доклада по теме, определяемой преподавателем или инициативно предлагаемой обучающимся и согласуемой с преподавателем. Подготовка доклада в принципе ведется подобно тому, как ведется изучение темы для работы на практическом занятии, только тема доклада всегда значительно уже темы занятия, здесь разрабатывается лишь часть выносимой на занятие проблематики, но зато рассмотрение этой части должно быть более глубоким. Поэтому нужно опираться на более широкий круг литературных источников, специально посвященных соответствующей теме.

При изучении курса, обучающиеся должны уметь пользоваться и научной литературой для самостоятельной подготовки к занятиям. Обучающиеся также должны

научиться, используя различные научные источники, грамотно сформировать и подготовить свое научно обоснованное и логически непротиворечивое выступление на практическом занятии, анализировать конкретные факты общественной жизни, осуществлять прогноз относительно возможного направления анализа экономических процессов, формулировать и обосновывать свое мнение.

Без ясного понимания основных понятий образовательный процесс усложняется. Для повышения эффективности обучения необходимо использовать существующие терминологические справочники и толковые словари.

Контроль самостоятельной работы обучающегося – неотделимый, безусловно, необходимый, элемент организации и управления СР.

Моделирование самостоятельной работы обучающихся:

1. Повторение пройденного теоретического материала.
2. Установление главных вопросов темы.
3. Определение глубины и содержания знаний по теме, составление тезисов по теме.

4. Упражнения, решение задач.
5. Анализ выполняемой деятельности и ее самооценка.
6. Приобретенные умения и навыки.
7. Составление вопросов по содержанию лекции.

Руководство выполнением самостоятельной работы обучающихся:

1. Текущее собеседование и контроль.
2. Консультации.
3. Анализ, рецензирование, оценка, коррективы СР.
4. Перекрестное рецензирование.
5. Подведение итогов и т. д.

Этапы и приемы СР:

1. Подбор рекомендуемой литературы.
2. Знакомство с вопросами плана семинарского занятия и методической разработки по данной теме.
3. Определение вопросов, по которым нужно прочитать или законспектировать литературу.

4. Составление схем, таблиц на основе текста лекций, учебника, монографии.

Комплекс средств обучения при самостоятельной работе обучающихся:

1. Методические разработки для обучающихся с основным содержанием курса.
2. Дидактический раздаточный материал.
3. Обзорный конспект лекций, вопросы лекции.
4. Сборник задач, тесты (контрольные задания) и др.

5.2. Методы и формы организации самостоятельной работы обучающихся

При самостоятельной работе по подготовке к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с темой и списком вопросов по теме. Повторить лекционный материал по теме, отметить «проблемные» точки. Определить необходимую литературу из рекомендованной к курсу, так же, можно воспользоваться интернет – ресурсами и справочно-информационными системами. Сформировать тезисный список ответов на вопросы, со своими замечаниями и комментариями. обучающийся должен быть готов ответить на поставленные вопросы, аргументировать свой вариант ответа, ответить на дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя.

5.3. Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, определившись с проблемой, привлекающей наибольшее внимание, следует обратиться к рекомендуемой литературе. В занятии участвует вся группа, а потому задание к практическому занятию распределяется на весь коллектив. Задание должно быть охвачено полностью и рекомендованная литература должна быть освоена группой в полном объёме.

Для полноценной подготовки к практическому занятию чтения учебника крайне недостаточно – в учебных пособиях излагаются только принципиальные основы, в то время как в монографиях и статьях на ту или иную тему поднимаемый вопрос рассматривается с разных ракурсов или ракурса одного, но в любом случае достаточно подробно и глубоко. Тем не менее, для того, чтобы должным образом сориентироваться в сути задания, сначала следует ознакомиться с соответствующим текстом учебника – вне зависимости от того, предусмотрена ли лекция в дополнение к данному занятию или нет. Оценив задание, выбрав тот или иной сюжет, и подобрав соответствующую литературу, можно приступать собственно к подготовке к занятию.

Работа над литературой, статья ли это или монография, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы.

Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда.

Если программа занятия предусматривает работу с источником, то этой стороне подготовки к занятию следует уделить пристальное внимание. В сущности, разбор источника не отличается от работы с литературой – то же чтение, конспектирование, обобщение. Тщательная подготовка к практическим занятиям, как и к лекциям, имеет определяющее значение: занятие пройдёт так, как аудитория подготовилась к его проведению.

Готовясь к практическим занятиям, следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями, и др.

По окончании практического занятия к нему следует обратиться ещё раз, повторив выводы, сконструированные на занятии, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе – для этого в течение занятия следует делать небольшие пометки.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

6.1. Основная литература

1. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473415>.

2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477312>.

3. Федоров, А. В. Медиаобразование: история и теория : учебное пособие : [16+] / А. В. Федоров. – 2-е изд. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 797 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610938>.

4. 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>.

6.2. Дополнительная литература

1. 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>.

2. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454656>.

3. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9861-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453290>.

4. Социальное предпринимательство и некоммерческие организации: современное состояние, проблемы и перспективы развития в меняющемся мире / А. У. Альбеков, И. В. Алексеева, А. С. Андреев и др. ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). — Москва : Креативная экономика, 2020. — 488 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599758>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Марченко, И. О. Мультимедиа технологии : учебно-методическое пособие / И. О. Марченко. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 64 с. — ISBN 978-5-7782-3148-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/91610.html>.

6.4. Нормативные правовые документы

Использование не предполагается.

6.5. Интернет-ресурсы

1. <http://alt.ranepa.ru/> официальный сайт Алтайского филиала РАНХиГС.

6.6. Электронные библиотечные системы

1. Федеральный образовательный портал «Российское образование»<https://edu.ru/>
2. Университетская библиотека Онлайн <https://biblioclub.ru/>
3. Электронно- библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
4. Электронное издательство ЮРАЙТ <https://urait.ru/bcode/>
5. Электронно- библиотечная система ООО «Ай Пи Эр Медиа» (ЭБС «IPRbooks») <http://www.iprbookshop.ru/>
6. Базы данных, информационно-поисковые системы Поисковые системы в Интернет: <http://yandex.ru>, <http://google.ru>, <http://rambler.ru>

6.7. Справочно–информационные системы

1. <http://pravo.ru/> Право.
2. <http://www.kodeks.ru/> Кодекс.

3. <http://www.consultant.ru/> Консультант Плюс.
4. <https://focus.kontur.ru/> Контур фокус (использует данные из Росстата, ЕГРЮЛ и ЕГРИП, предлагает картотеку арбитражных дел, реестр госконтрактов и Статрегистр.).
5. <http://www.integrum.ru/> объединяет в себе не только справочно-информационную систему по компаниям, но и большой архив СМИ.
6. www.gramma.ru – электронные материалы по русскому языку и культуре письменной речи (правописание, лексические и грамматические нормы, составление научных текстов и документов), бесплатная справочная служба русского языка.
7. www.gramota.ru - электронные материалы по русскому языку и культуре речи, риторике, бесплатная справочная служба русского языка.
8. <http://www.ruslang.ru> – сайт Института русского языка им. В.В.Виноградова РАН
9. www.elitarium.ru – статьи специалистов в области межличностного и делового общения.
10. www.korunb.nlr.ru – корпорация универсальных научных библиотек (подбор электронных ресурсов и литературы по запросу пользователя), – российская национальная библиотека.
11. www.lib.pu.ru – библиотека СПбГУ.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для обеспечения учебного процесса по дисциплине Б1.О.10 «Управление медиакоммуникационными кампаниями в государственных структурах, бизнесе и НКО» Алтайский филиал РАНХиГС располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для самостоятельной работы и помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Лекционные аудитории оснащены видеопроекционным оборудованием для проведения презентаций, а также средствами звуковоспроизведения; помещения для практических занятий укомплектованы учебной мебелью; библиотека располагает рабочими местами с доступом к электронным библиотечным системам и сети интернет. Все учебные аудитории оснащены компьютерным оборудованием и лицензионным программным обеспечением.