

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Д.А. Таюрский

» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Средства массовой информации и пресс-служба: технология взаимодействия Б1.В.ОД.15

Направление подготовки: 42.03.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Периодическая печать

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Симкачева М.В.

Рецензент(ы):

Спирчагова Т.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Гарифуллин В. З.

Протокол заседания кафедры No ___ от "___" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ___ от "___" _____ 201__ г

Регистрационный No 941840719

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Симкачева М.В. кафедра национальных и глобальных медиа Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций ,
msimkach@yandex.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цель курса: сформировать у студентов правильное понимание специфики работы средств массовой информации и пресс-служб, показать пути их взаимовыгодного сотрудничества.

Практико-теоретическая направленность курса предполагает изучение теории, основанной на практическом опыте работы пресс-секретаря; тренинг; знакомство с представителями пресс-служб г. Казани и их практической деятельностью; а также с журналистами, профилизация которых предполагает непосредственную работу с пресс-службами. Теоретическая часть курса основана на изучении трех аспектов взаимодействия СМИ и пресс-служб: организационного, технологического и нравственного.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ОД.15 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.02 Журналистика и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Курс "СМИ и пресс-службы: технология взаимодействия" предназначен для студентов 4 курса по профилю подготовки Бакалавр журналистики. Включена в раздел Б3.В10 - цикл профессиональных дисциплин. Курс базируется на знаниях полученных в процессе изучения таких дисциплин: Основы рекламы и паблик рилейшнз, Основы журналистской деятельности, Профессионоально-творческий практикум, Профессиональная этика журналиста. Психология журналистики, гуманитарных и социальных дисциплин Социологии, Политологии, Психологии.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-10 (общекультурные компетенции)	способность к социальной и профессиональной адаптации, социальной и профессиональной мобильности
ОК-15 (общекультурные компетенции)	способность использовать знания в области естественнонаучных дисциплин, базироваться на принципах научного подхода в процессе формирования своих мировоззренческих взглядов, касающихся взаимоотношений человека с окружающей средой и проблем безопасности жизнедеятельности и умение использовать естественнонаучные знания в своей социальной и профессиональной деятельности
ПК-38 (профессиональные компетенции)	знание основ организации научного исследования в сфере журналистики
ПК-43 (профессиональные компетенции)	осуществлять селекцию, редактирование, компоновку, перепакетирование и ретрансляцию информации, получаемой из Интернета или поступающей от информационных агентств, других СМИ, органов управления, служб изучения общественного мнения, РК- и рекламных агентств, аудиторий

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

методы эффективной работы и технологию взаимодействия СМИ и пресс-служб; понимать профессиональные стандарты деятельности пресс-секретаря;

2. должен уметь:

ориентироваться в профессиональной деятельности журналиста и пресс-секретаря;

3. должен владеть:

навыками планирования, разработки стратегии действий, выбора приемов и методов работы пресс-секретаря.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания в практической работе пресс-секретаря в разных сферах деятельности: коммерческой, государственной.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 8 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практи- ческие занятия	Лабора- торные работы	
1.	Тема 1. Введение в предмет: методические указания. Специфика деятельности пресс-службы организации.	8	1	2	2	0	
2.	Тема 2. Профессиональные компетенции пресс-секретаря.	8	2	2	2	0	
3.	Тема 3. Организация работы пресс-службы со СМИ.	8	3	2	2	0	
4.	Тема 4. Технологический аспект деятельности пресс-службы	8	4	2	2	0	
5.	Тема 5. Организация пресс-конференций, брифингов, приемов и встреч.	8	5	2	2	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практи- ческие занятия	Лабора- торные работы	
6.	Тема 6. Типы текстов в PUBLIK RELATIONS.	8	6	2	2	0	
7.	Тема 7. PR- кампания.	8	7	2	2	0	
8.	Тема 8. Специфика деятельности пресс-служб государственных организаций.	8	8	1	1	0	
9.	Тема 9. Нравственный аспект деятельности работы пресс-секретаря.	8	9	1	1	0	
.	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	Экзамен
	Итого			16	16	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в предмет: методические указания. Специфика деятельности пресс-службы организации.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Пресс-служба. Пресс-секретарь. Сферы деятельности пресс-службы организации. Задачи и функции пресс-служб.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 2. Профессиональные компетенции пресс-секретаря.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Профессиональные качества пресс-секретаря. Квалификационные требования к пресс-секретарю.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 3. Организация работы пресс-службы со СМИ.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Аспекты взаимодействия СМИ и пресс-служб. Специфика и приемы работы пресс-служб. Правила работы с прессой. Приемы работы с прессой. Стратегия работы пресс-службы со СМИ: пути к взаимовыгодному сотрудничеству (на примере Республики Татарстан). Проблемы информационного взаимодействия.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 4. Технологический аспект деятельности пресс-службы

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Средства и методы работы пресс-служб. Пресс-мероприятия. Популяризация. Подготовка популяризационных сообщений. Другие сообщения с целью продвижения организации, ее продуктов и услуг (реклама).

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 5. Организация пресс-конференций, брифингов, приемов и встреч.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Правила подготовки

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 6. Типы текстов в PUBLIK RELATIONS.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Технология написания.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 7. PR- кампания.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Виды. Разработка стратегии. Взаимодействие со СМИ. Результаты.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 8. Специфика деятельности пресс-служб государственных организаций.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Основные принципы работы пресс-служб государственных органов

практическое занятие (1 часа(ов)):

Тема 9. Нравственный аспект деятельности работы пресс-секретаря.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Условия эффективного взаимодействия.

практическое занятие (1 часа(ов)):

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Введение в предмет: методические указания. Специфика деятельности пресс-службы организации.	8	1	Вопросы	4	Устный опрос
2.	Тема 2. Профессиональные компетенции пресс-секретаря.	8	2	Подготовка домашнему заданию	4	домашнее задание
3.	Тема 3. Организация работы пресс-службы со СМИ.	8	3	Подготовка устному опросу	4	Устный опрос
4.	Тема 4. Технологический аспект деятельности пресс-службы	8	4	Подготовка коллоквиуму Подготовка к деловой игре	4	семинар

№	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Организация пресс-конференций, брифингов, приемов и встреч.	8	5	Подготовка к деловой игре	6	Деловая игра
6.	Тема 6. Типы текстов в PUBLIK RELATIONS.	8	6	Написание типов текста Подготовка к написанию разных видов текстов	6	лабораторная работа
7.	Тема 7. PR-кампания.	8	7	Подготовка плана PR-кампании	4	Презентация
8.	Тема 8. Специфика деятельности пресс-служб государственных организаций.	8	8	Подготовка выступления на тему "Опыт работы пресс-службы"	4	Выступление
9.	Тема 9. Нравственный аспект деятельности работы пресс-секретаря.	8	9	Подготовка реферата на тему "Проблемы информационного взаимодействия"	4	Выступление
	Итого				40	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

лекции, дискуссии, разбор ситуаций, тренинги, деловые игры, лекции-пресс-конференции, зачет - пресс-конференция.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Введение в предмет: методические указания. Специфика деятельности пресс-службы организации.

Устный опрос , примерные вопросы:

1. Дать определение понятий: Пресс-служба, Пресс-секретарь. 2. Пресс-служба организации: специфика деятельности. 3. Сферы деятельности пресс-службы организации. 4. Виды пресс-служб. 5. Задачи и функции пресс-служб. 6. Внутрикorporативный PR. 7. Внешние связи: взаимодействие со СМИ. 8. Виды PR (политический, коммерческий, социальный, спортивный, PR в шоу-бизнесе, благотворительный и др. 9.Профессии в PR: функции специалистов. 10. SMM в работе пресс-службы.

Тема 2. Профессиональные компетенции пресс-секретаря.

домашнее задание , примерные вопросы:

Задание: провести интервью с пресс-секретарем организации на предмет особенностей работы пресс-службы организации и взаимодействия пресс-службы с прессой. Ключевые моменты: 1. Квалификационные требования к пресс-секретарю. 2. Области деятельности пресс-секретаря. 3. Особенности внутрикorporативных связей с общественностью. 4. Формы и технология работы со СМИ. 5. Проблемы информационного взаимодействия.

Тема 3. Организация работы пресс-службы со СМИ.

Устный опрос , примерные вопросы:

1. Аспекты взаимодействия СМИ и пресс-служб: организационный, технологический и нравственный. 2. Специфика и приемы работы пресс-служб. 3. Правила работы с прессой. 4. Стратегия работы пресс-службы со СМИ: пути к взаимовыгодному сотрудничеству (на примере Республики Татарстан). Проблемы информационного взаимодействия. 5. Пресс-мероприятия. 6. Особенности работы во время пресс-подхода. 7. Пресс-туры для журналистов. 8.PR в государственной сфере 9.PR в коммерческих организациях.

Тема 4. Технологический аспект деятельности пресс-службы

семинар , примерные вопросы:

1. Средства и методы работы пресс-служб. 2. Пресс-мероприятия. 3. Популяризация. Подготовка популяризационных сообщений. 4. Другие сообщения с целью продвижения организации, ее продуктов и услуг (реклама). 5. Приемы работы пресс-служб с журналистами. 6. Основные информационно-оперативные документы в работе пресс-службы. 7.Пресс-конференции. 8. Брифинг для журналистов. 9.SMM для пресс-служб. Социальные сети в работе пресс-службы.

Тема 5. Организация пресс-конференций, брифингов, приемов и встреч.

Деловая игра , примерные вопросы:

Деловая игра ?Оратор и аудитория? Тема: ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЙ, БРИФИНГОВ, ВСТРЕЧ С ЖУРНАЛИСТАМИ, ?КРУГЛЫХ СТОЛОВ?, ТОК-ШОУ Задание: Студентам дается задание подготовить пресс-мероприятие (по выбору) по заданной теме. Особое внимание уделяется выступлению: что, кому и как говорить, используя факты, доводы, мнения экспертов и т.д. Примерные темы: - Пресс-конференция: Проблемы трудоустройства выпускников. - Пресс-конференция: Трудоустройство выпускников-социологов (где могут работать выпускники-социологи). - Брифинг: Конкурс ?Лучшая студенческая группа?. - ?Круглый стол?: Здоровый образ жизни. - Встреча со студентами: Интернет, социальные сети и все, что с ними связано. - Ток-шоу: Студенты-инвалиды. Предполагается работа в группах. Каждая группа представляет (проводит) свое мероприятие. Цель: - выявление знаний и умений организовывать пресс-мероприятия; - понимание сути и значения пресс-мероприятий.

Тема 6. Типы текстов в PUBLIK RELATIONS.

лабораторная работа , примерные вопросы:

Тренинг по написанию пресс-релиза. Технология написания пресс-релиза. ? Пресс-релиз пишется на фирменном бланке. ? Пресс-релиз обязан иметь интересный заголовок, однозначно говорящий о теме пресс-релиза. Хорошо, если в заголовке есть цифры или факты, способные привлечь внимание журналистов. Выделите из пресс-релиза важные ключевые слова. Это самый простой способ написать заголовок. Попробуйте составить из ключевых слов логическое и привлекающее внимание заявление. ? Первое предложение должно захватывать читателя и раскрывать содержание релиза. ? Первый абзац должен излагать суть информационного сообщения и отвечать на вопросы КТО, ЧТО, КОГДА, ЗАЧЕМ и ПОЧЕМУ. ? Три-четыре дальнейших абзаца должны раскрывать тему пресс-релиза, содержать основные факты, описание события, характеристики продукции, ее важность для рынка и тому подобные вопросы. ? Напишите текст. Пресс-релиз должен быть написан так, как вы хотели бы видеть его в новостях. ? Текст пресс-релиза должен быть компактным. ? Допускается наличие комментария в виде прямой речи директора компании или одного из ее руководителей. ? Последний абзац должен содержать краткую информацию о компании, ее видах деятельности, основных этапах развития, достижениях, наградах. ? Свяжите все воедино. Добавьте в релиз ссылки на новостные и информационные источники, которые связаны с описываемой вами новостью. Компания, пресс-релиз которой вы подготовили, разместила онлайн какую-то полезную для читателей информацию? Отлично, впишите ссылку! ? В конце пресс-релиза должны содержаться контакты лица, ответственного за общение с журналистам. Как правило, к таковым относится пресс-секретарь или руководитель PR-службы.

Тема 7. PR- кампания.

Презентация , примерные вопросы:

1.Виды. 2. Разработка стратегии. 3. Взаимодействие со СМИ. 4. Результаты. Задание: Студентам дается задание спланировать (расписать пошагово стратегию) PR-кампании по теме на собственный выбор. Цель: - знание типов PR-кампании; - умение планировать PR-кампании; - понимание цели PR-кампании; - умение прогнозировать результат. Предполагается работа в группах. Каждая группа презентует свою PR-кампанию.

Тема 8. Специфика деятельности пресс-служб государственных организаций.

Выступление , примерные вопросы:

Выступление с докладом на темы: Опыт работы пресс-службы государственной организации. Ключевые моменты: 1.PR в государственной сфере. 2. GR-менеджер: Функции менеджера по связям с органами государственной власти (на примере пресс-службы государственной организации). 3. Информационное представительство органов власти в СМИ. 4. Особенности деятельности журналистов.

Тема 9. Нравственный аспект деятельности работы пресс-секретаря.

Выступление , примерные вопросы:

ПРАВОВЫЕ И ЭТИЧЕСКИЕ НОРМЫ В СФЕРЕ СО Задание: Вас попросили написать сценарий рекламной программы, которая должна напоминать ток-шоу в такой степени, что даже предусмотрены ?рекламные паузы?. Вам ничего не известно ни о предлагаемом товаре, ни о том человеке, у которого якобы будут брать интервью, кроме того, что рассказал вам начальник. Можете ли вы написать такой сценарий? Объясните. Далее ? обсуждение в группе, высказываются доводы, причины, последствия и разъяснения. Ответ ? Нет?. Задание: Сотрудник отдела кадров вашей компании позвонил вам и спросил, есть ли у вас разрешение на использование фотографий сотрудников, которые помещены в последний номер журнала. Один из тех, чья фотография была использована, больше не работает в вашей компании. Разрешения нет. Может ли это вызвать затруднения? Далее ? обсуждение в группе, высказываются доводы, причины, последствия и разъяснения. Ответ ? неоднозначный. Согласование на размещение фото должно быть независимо от знака материала. Затруднения могут быть, если этот сотрудник предъявит претензии и попросит объяснений? Методические рекомендации В работе можно использовать следующие понятия: Имидж (англ. image ? от лат. imago ? образ, вид) ? целенаправленно формируемый образ (какого-либо лица, явления, предмета), призванный оказывать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т.п., а также обеспечивать: - внутреннюю идентификацию сотрудников, целей и задач организации (это относится к персоне, проекту, региону и, в принципе, к любому объекту); - оптимальное представление организации во внешнем мире; - условия для повышения позитивной известности организации в среде реальных и потенциальных партнеров; - возможности для доминирующего узнавания и позитивного восприятия организации целевыми группами по сравнению с восприятием конкурентов. Позиция ? точка зрения, мнения в каком-нибудь вопросе. Имидж как информационно-коммуникативная конструкция, призванная представлять организацию во внутренней и внешней среде, - это заявленная позиция. Репутация - воспринятая аудиториями (действительная, реальная) позиция организации, ?сухой остаток? имиджа. Позиционирование - система размещения актуальной информации об организации, ее товарах и других характеристиках во внешних и внутренних коммуникационных каналах; продвижение заявленной позиции (имиджа) в целях ее внедрения в сознание целевых групп и достижения эффекта воспринятой позиции (репутации). Миссия ? цель, смысл существования организации; корпоративная философия - видение. Цель работы направлена на: - закрепление терминов по теме, их понимание; - знание основ аналитической работы специалиста по связям с общественностью в области информационного представительства в рамках общего стратегического планирования деятельности организации; - понимание ответственности в PR.

Итоговая форма контроля

экзамен (в 8 семестре)

Примерные вопросы к экзамену:

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Пресс-служба. Классификация пресс-служб. Пресс-секретарь.
2. Сферы деятельности пресс-службы организации.
3. Функции и задачи пресс-службы.
4. Компетенции и область деятельности пресс-секретаря. Квалификационные требования к пресс-секретарю.
5. Аспекты взаимодействия СМИ и пресс-служб.
6. Организация работы пресс-службы со СМИ.
7. Средства и методы работы пресс-службы.
8. Правила и приемы работы с прессой.
9. Виды сотрудничества организаций и СМИ.
10. Техника общения с журналистами (правила для интервьюируемого, правила для пресс-секретаря).
11. Основные принципы работы пресс-служб государственных органов.

12. Организация работы по СО в коммерческих структурах.
13. Проблемы информационного взаимодействия с прессой.
14. Информационный повод. Правила создания информационного повода. С помощью каких средств можно подавать информационный повод. Что является информационным поводом.
15. Оперативные информационные документы в работе пресс-служб. Классификация PR-текстов.
16. Простые тексты.
17. Комбинированные PR-тексты.
18. Мониторинг СМИ.
19. Пресс-мероприятия: пресс-конференция, онлайн-конференция, брифинг, встреча с журналистами (интервью), "круглый стол". Планирование, организация и проведение.
20. Популяризация. Инструменты популяризации.
21. Реклама.
22. Правила подготовки докладов/выступлений.
23. Нравственный аспект PR-деятельности. Условия эффективного взаимодействия СМИ и пресс-служб.
24. PR-кампания. Разработка стратегии.

Самостоятельная работа студентов (практические работы)

1. Посещение пресс-служб организаций города с целью знакомства с их деятельностью.
2. Сообщение об опыте работы журналиста с пресс-службами организаций (на примере редакций СМИ, в которых работают или проходят практику студенты).
3. Обзор проблем информационного взаимодействия пресс-секретарей и журналистов / журналистов и пресс-секретарей.
4. Анализ ПР-кампании.
5. Разработка стратегии ПР-кампании.

7.1. Основная литература:

- Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации. - М.: Вузовский учебник, 2012 - 205 с.// Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=367039>
- Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 159 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706567.html>
- Средства массовой информации России [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Вартанова и др.; Под ред. Я. Н. Засурского. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 391 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705942.html>

7.2. Дополнительная литература:

- Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникационные стратегии [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 198 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705980.html>
- Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие. - М.: Инфра-М, 2009. - 207 с. // Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=147367>
- Связи с общественностью: Теория и технологии [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / В. Ф. Кузнецов. - 3-е изд., испр. и перераб. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 302 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705386.html>

7.3. Интернет-ресурсы:

PR в России. Всероссийский научно-популярный журнал - <http://www.rupr.ru/>

Организация работы пресс-служб - международные стандарты. - 2005. - www.order-forpost.kz/libr/3.doc

Пресс-служба - <http://www.press-service.ru/>

Советник - <http://www.sovetnik.ru/>

Сообщение - <http://soob.ru/>

Студия ProDesign - www.prodesign.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Средства массовой информации и пресс-служба: технология взаимодействия" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Необходимое оборудование:

- Компьютер или ноутбук
- проектор;
- экран на штативе.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.02 "Журналистика " и профилю подготовки Периодическая печать .

Автор(ы):

Симкачева М.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Спирчагова Т.А. _____

"__" _____ 201__ г.