

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН  
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»

Утверждаю»  
Декан факультета русской филологии,  
журналистики и медиатеологии  
*Гахимов А.А.*  
Гахимов А.А.  
«23» 01 2026



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Немедийные коммуникации»

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки – «Рекламная деятельность»

Форма подготовки – очная

Уровень подготовки – бакалавриат

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от № 529 от 08.06.2017 г.

При разработке рабочей программы учитываются

- требования работодателей, профессиональных стандартов по направлению;
- содержание программ дисциплин, изучаемых на предыдущих и последующих этапах обучения;
- новейшие достижения в данной предметной области.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры отечественной и международной журналистики, протокол № 6 от 23.01. 2026 г.

Рабочая программа утверждена УМС факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

Рабочая программа утверждена Ученым советом факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

## Расписание занятий дисциплины

Ф.И.О. преподавателя	Семестр	Аудиторные занятия	Приём СРС	Место работы преподавател я работы преподавател я
		Практические занятия (КСР, СРС)		

### 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 1.1 Цели изучения дисциплины:

Формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков планирования, организации и реализации коммуникаций с аудиторией через немедийные каналы, включая прямое взаимодействие, корпоративные мероприятия, презентации, личные и профессиональные коммуникации, с учётом этических, культурных и стратегических аспектов.

#### 1.2. Задачи изучения дисциплины:

- ✓ Изучение сущности, принципов и видов немедийных коммуникаций.
- ✓ Освоение методов планирования и организации прямого взаимодействия с аудиторией.
- ✓ Анализ инструментов коммуникационного менеджмента и PR в офлайн-взаимодействиях.
- ✓ Разработка и проведение немедийных коммуникационных мероприятий и кампаний.
- ✓ Исследование особенностей поведения целевых аудиторий при немедийных контактах.
- ✓ Применение этических, культурных и правовых норм при организации коммуникаций.
- ✓ Оценка эффективности немедийных коммуникаций и их интеграции в общую стратегию.
- ✓ Формирование аналитического и критического мышления при решении коммуникационных задач.
- ✓ Развитие навыков командной работы и организации совместных мероприятий.
- ✓ Воспитание профессиональной этики и ответственности в коммуникационной деятельности.

#### 1.3.Требование к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код	Результаты освоения ОПОП Содержанием компетенций (в соответствии с ФГОС) и ОПОП	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Вид оценочного средства
УК-3	УК-3. Способен осуществлять	ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной	Наблюдение преподавателя; самооценка роли; отчёты о командной работе Ролевое

	социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	работе, исходя из знания социологии и социальной психологии, методов развития личности этических норм профессионального взаимодействия с коллективом <b>ИУК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников <b>ИУК-3.3.</b> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели <b>ИУК-3.4.</b> Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную ответственность за результат	моделирование; наблюдение и обратная связь
ПК-1	ПК-1. Способен разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-проекты с учетом целей заказчика, особенностей целевой аудитории, ресурсов и этапов проектной деятельности.	<b>ИПК-1.1.</b> Формулирует цели, задачи и концепцию рекламного или PR-проекта. <b>ИПК-1.2.</b> Разрабатывает структуру проекта, этапы реализации и ресурсы. <b>ИПК-1.3.</b> Оценивает результаты проекта и корректирует проектные решения.	Креативное проектное задание Индивидуальное портфолио идей Презентация концепции проекта (pitch-сессия) Кейс-задание Проектная документация Деловая игра / имитационное задание
ПК-2	ПК-2. Способен анализировать рынок, аудиторию и коммуникационную среду для обоснования маркетинговых и рекламных решений.	<b>ИПК-2.1.</b> Проводит анализ рынка, аудитории и конкурентной среды. <b>ИПК-2.2.</b> Использует методы маркетинговых и социологических исследований. <b>ИПК-2.3.</b> Обосновывает выбор маркетинговых и коммуникационных стратегий.	Практические задания по анализу рынка; кейсы конкурентов Разработка и проведение опросов/интервью; отчёты по собранным данным Защита стратегий; письменные работы с аргументацией; проектные задания с презентацией решений

## 2.МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Курс «Немедийные коммуникации» является дисциплиной вариативной части (Б1.В.06) и является обязательным составным элементом концептуальной модели подготовки современного журналиста и рассчитан на один семестр.

Дисциплина изучается в VIII семестре, логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами ОПОП, указанных в таблице 1:

Таблица 1.

№	Название дисциплины	Семестр	Место дисциплины в структуре ОПОП
1.	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	II	Б1.О.23
2.	Этика коммуникаций (профессиональная этика в PR и рекламе)	IV	Б1.В.10
3.	Коммуникационный менеджмент	V	Б1.О.26

При освоении данной дисциплины необходимы умения и готовность («входные» знания) обучающегося по дисциплинам 1, 2, 3 указанных в Таблице 1.

Теоретическое и практическое освоение данной дисциплины является необходимым, как предшествующее, для прохождения практики.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСА, КРИТЕРИИ НАЧИСЛЕНИЯ БАЛЛОВ

**Объем дисциплины** «Немедийные коммуникации» составляет 4 зачетные единицы, всего 144 часа, из которых: лекции - 32 часа, практические занятия- 16 часов, КСР – 16 часов, СРС - 26 часа, контроль – 54 часа. Всего часов аудиторной нагрузки – 64 часа. Экзамен – VII семестр.

Таблица 2.

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Литература	Кол-во баллов в неделю
		Лек.	Пр.	КСР	Контр	СРС		
<b>VII семестр</b>								
1.	Введение в немедийные коммуникации	2	2			2		20
2.	Сущность и виды немедийных коммуникаций	2	2			2		20
3.	Прямое взаимодействие с аудиторией	2	2			2		20
4.	Межличностные и групповые коммуникации	2	2			2		20
5.	Организация корпоративных мероприятий	2	2			2		20

6.	Коммуникационный менеджмент в немедийной среде	2	2			2		20
7.	PR-инструменты в офлайн-взаимодействиях	2	2			2		20
8.	Этика и культурные нормы в немедийных коммуникациях	2	2			2		20
9.	Планирование немедийных кампаний	2	2	2		2		
10.	Оценка эффективности немедийных коммуникаций	2	2	2		1		
11.	Работа с целевой аудиторией	2	2	2		1		
12.	Взаимодействие с партнёрами и сообществами	2	2	2		1		
13.	Кризисные немедийные коммуникации	2	2	2		2		
14.	Интеграция немедийных и медийных коммуникаций	2	2	2		1		
15.	Технологии и инструменты визуализации информации	2	2	2		1		
16.	Практическая подготовка и защита проектов	2	2	2		1		
	ИТОГО: Лек-20 Прак-20 КСР-8 СРС-42							<b>200</b>

### Формы контроля и критерии начисления баллов

Контроль усвоения студентом каждой темы осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы (БРС), включающей текущий, рубежный и итоговый контроль. На итоговый контроль знаний студентов выделяется 51% или 100 баллов. Из них 16 баллов администрацией могут быть представлены студенту за особые заслуги (призовые места в Олимпиадах, конкурсах, спортивных соревнованиях, выполнение специальных заданий, активное участие в общественной жизни университета).

В случае пропуска студентом занятий по уважительной причине (при наличии подтверждающего документа) в период академической недели, деканат факультета обращается к проректору по учебной работе с представлением об отработке студентом баллов за пропущенные дни по каждой отдельной дисциплине с последующим внесением их в электронный журнал.

Итоговая форма контроля по дисциплине (зачет, зачет с оценкой, экзамен) проводится как в форме тестирования, так и в традиционной (устной) форме. Тестовая форма итогового контроля по дисциплине предусматривает: для естественнонаучных направлений – 10 тестовых вопросов на одного студента, где правильный ответ оценивается в 10 баллов, для гуманитарных направлений/специальности – 25 тестовых вопросов, где

правильный ответ оценивается в 4 балла. Тестирование проводится в электронном виде, устный экзамен на бумажном носителе с выставлением оценки в ведомости по аналогичной системе с тестированием.

Контроль усвоения студентом каждой темы осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы (БРС), включающей текущий, рубежный и итоговый контроль.

#### Для студентов 4 курса

Неделя	Активное участие на лекционных занятиях, написание конспекта и выполнение других видов работ	Активное участие на практических (семинарских) занятиях, КСР	СРС Написание реферата, доклада, эссе Выполнение других видов работ	Административный балл за примерное поведение	Балл за рубежный и итоговый контроль	Всего
1	2	3	4	5	6	7
1	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-
6	5	5	5	5	-	20
7	-	-	-	-	-	-
8 (промежуточный контроль №1)	5	5	5	5	-	20
9	5	5	5	5	-	20
10	5	5	5	5	-	20
11	5	5	5	5	-	20
12	5	5	5	5	-	20
13	5	5	5	5	-	20
14	5	5	5	5	-	20
15	5	5	5	5	-	20
16 (промежуточный контроль №2)	-	-	-	-	<b>15 + 5 админ баллы</b>	20

<b>ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ (зачет, зачет с оценкой, экзамен)</b>					<b>100</b>
<b>ИТОГО</b>					<b>300</b>
<b>:</b>					

#### 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

##### 4.1.1. План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Объём СРС, ч	Тема СРС	Вид результатов самостоятельной работы	Форма контроля
1				
1.	2	2. Прямое взаимодействие с аудиторией	Составление плана мероприятий с описанием способов взаимодействия	Обсуждение на практическом занятии
2.	2	3. Межличностные и групповые коммуникации	Анализ кейсов межличностного и группового взаимодействия	Проверка письменной работы
3.	2	4. Организация корпоративных мероприятий	Разработка сценария корпоративного мероприятия	Презентация проекта
4.	2	5. Коммуникационный менеджмент в немедийной среде	Подготовка рекомендаций по управлению коммуникационными процессами	Обсуждение на КСР
5.	2	6. PR-инструменты в офлайн-взаимодействиях	Создание мини-плана PR-кампании с офлайн-инструментами	Проверка письменной работы
6.	2	7. Этика и культурные нормы	Подготовка аналитического отчета с рекомендациями по этике	Обсуждение на практическом занятии
7.	2	8. Планирование немедийных кампаний	Разработка плана немедийной кампании с целями и этапами	Презентация плана на КСР

8.	2	9. Оценка эффективности немедийных коммуникаций	Составление отчета по метрикам и критериям эффективности	Проверка письменной работы
9.0	2	10. Работа с целевой аудиторией	Подготовка анализа аудитории с предложением способов вовлечения	Обсуждение на КСР
10.1	2	11. Взаимодействие с партнёрами и сообществами	Создание карты коммуникаций с партнёрами	Презентация результатов
11.2	2	12. Кризисные немедийные коммуникации	Разработка плана антикризисного взаимодействия	Проверка письменной работы
12.3	2	13. Интеграция немедийных и медийных коммуникаций	Подготовка аналитического отчета с примерами интеграции	Обсуждение на КСР
Итого: 26 часов				

#### 4.2. Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению

Цель самостоятельной работы:

Формирование и развитие профессиональных навыков в области немедийных коммуникаций и коммуникационного менеджмента.

Освоение этапов работы над проектом: планирование прямого взаимодействия с аудиторией, организация мероприятий, проектирование коммуникационных процессов, выбор инструментов и методов офлайн-коммуникации.

Оценка эффективности немедийных коммуникаций и их интеграции в общую стратегию.

Необходимые предварительные знания и компетенции:

Базовые теоретические знания в области массовых коммуникаций и PR.

Основы межличностного взаимодействия и командной работы.

Правовые и этические аспекты коммуникационной деятельности.

Основы управления проектами и планирования мероприятий.

Этапы и содержание выполнения заданий самостоятельной работы:

1. Ознакомление с теоретическими материалами:

Изучение сущности, видов и принципов немедийных коммуникаций.

Освоение методов прямого взаимодействия с аудиторией и организации офлайн-мероприятий.

Анализ особенностей коммуникационного менеджмента в офлайн-среде.

Рекомендуемые источники: раздел 3 «Содержание и структура дисциплины».

2. Анализ практических кейсов:

Исследование практики офлайн-коммуникаций в PR и социальном взаимодействии (корпоративные мероприятия, общественные акции, партнерские проекты).

Особое внимание — к методам вовлечения аудитории, стратегии взаимодействия, коммуникационным инструментам и этическим нормам.

Формы выполнения заданий:

Письменные работы и аналитические обзоры.

Проектная документация: сценарий мероприятия, план коммуникации, карта взаимодействия с аудиторией.

Презентации, отражающие результаты проектной и аналитической деятельности.

Технические и методические рекомендации:

Активное использование ПК и сети Интернет для поиска и анализа материалов.

Анализ офлайн-коммуникаций и подготовка собственных сценариев взаимодействия.

Подготовка презентаций и проектной документации.

Использование цифровых сервисов и онлайн-платформ для визуализации проектов и коммуникационных карт.

Особенности выполнения:

Самостоятельная работа носит преимущественно практико-ориентированный характер.

#### **4.3. Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы**

**Форма представления:**

- Письменные работы, аналитические обзоры и отчёты о выполнении заданий выполняются в электронном или печатном виде в соответствии с требованиями преподавателя.
- Проектная документация (сценарии мероприятий, планы коммуникации, карты взаимодействия, mind map, roadmap) может быть представлена как в текстовой, так и в графической форме.
- Презентации выполняются в формате PDF или PowerPoint (или аналогичных программах), демонстрируя структурированное изложение материала и визуализацию проекта.

**Структура**

**работ:**

Все виды самостоятельной работы должны включать:

1. Название работы и дату её выполнения.
2. Цель и задачи работы.
3. Краткое описание анализируемого проекта или коммуникационной ситуации.
4. Основную часть с анализом, обоснованием решений и предложениями по организации немедийных коммуникаций.
5. Выводы и рекомендации по оптимизации взаимодействия с аудиторией и партнёрами.
6. Список использованных источников информации с соблюдением правил библиографического оформления.

**Оформление текстовых и графических материалов:**

- Текстовые документы оформляются согласно академическим требованиям: шрифт 12 pt, интервал 1,5, стандартные поля.

- Таблицы, схемы, графики, диаграммы и карты коммуникаций должны иметь нумерацию, заголовки и ссылки в тексте.
- При использовании изображений, логотипов и графического контента необходимо соблюдать авторские права и указывать источник.

#### **Качество презентаций:**

- Слайды должны быть визуально понятными, без перегруженности текстом.
- Использовать схемы, карты, графики и иллюстрации для наглядного представления коммуникационных процессов.
- Презентация должна логично структурировать проект и демонстрировать ключевые результаты работы.

#### **Сроки и формы сдачи:**

- Результаты самостоятельной работы сдаются в сроки, установленные преподавателем, через электронную платформу учебного заведения или в печатном виде.
- За несвоевременную сдачу предусмотрена оценка с уменьшением баллов согласно регламенту дисциплины.

#### **Оценка и контроль:**

- Результаты оцениваются по критериям полноты раскрытия темы, логичности изложения, оригинальности подхода, корректности оформления и практической значимости.
- Форма контроля может включать устный опрос, обсуждение на КСР, письменную проверку или защиту проекта.

#### **Примечание:**

Соблюдение требований к оформлению является обязательным и напрямую влияет на итоговую оценку за самостоятельную работу.

#### **4. 4. Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:**

<b>4-балльная шкала (уровень освоения)</b>	<b>Показатели</b>	<b>Критерии</b>
<b>Отлично (повышенный уровень)</b>	Полнота выполнения задания; логичность и последовательность изложения; самостоятельность выводов и оценок; творческий подход	Задание выполнено самостоятельно и в полном объеме, в установленные сроки. Материал изложен логично и последовательно. Даны полные и аргументированные ответы на все поставленные вопросы. Сформулированы и обоснованы собственные выводы, оценки и проектные решения, проявлен творческий подход.

<p><b>Хорошо</b> (базовый уровень)</p>	<p>Корректность выполнения задания; обоснованность выводов; применение профессиональных понятий</p>	<p>Задание выполнено своевременно и в основном самостоятельно, при незначительной консультационной поддержке преподавателя. Материал изложен последовательно. Даны ответы на все поставленные вопросы. Сформулированы собственные выводы и оценки, однако их обоснование носит частичный характер, творческий подход выражен умеренно.</p>
<p><b>Удовлетворительно</b> (пороговый уровень) <b>Неудовлетворительно</b> (уровень не сформирован)</p>	<p>Частичное выполнение задания; фрагментарность выводов; недостаточная самостоятельность</p>	<p>Задание выполнено с нарушением сроков и при значительной помощи преподавателя. Материал изложен недостаточно логично и последовательно. Даны ответы не на все поставленные вопросы. Собственные выводы и оценки сформулированы поверхностно и слабо обоснованы.</p>
	<p>Отсутствие самостоятельности и полноты выполнения</p>	<p>Задание не выполнено либо выполнено формально, не соответствует поставленным требованиям и целям самостоятельной работы.</p>

## 5. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Основная литература

1. **Котлер Ф., Келлер К.Л.** «Маркетинг менеджмент» — Москва: Питер, 2020.
2. **Липтон Р.** «Реклама и PR: теория и практика» — Санкт-Петербург: Питер, 2019.
3. **Шеридан К.** «Современные медиа и цифровой маркетинг» — Москва: Эксмо, 2021.
4. **Давидсон А.** «PR и коммуникации: стратегии и инструменты» — Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2020.
5. **Морозова Е. А., Соколова Н. В.** «Рекламные кампании и креативные концепции» — Москва: Юрайт, 2022.
6. **Гринберг А., Хэмпсон Р.** «Брендинг и управление репутацией» — Москва: Альпина Паблишер, 2021.
7. **Смирнов И. В.** «Цифровые технологии в рекламе и PR» — Москва: Инфра-М, 2022.

### 5.2. Дополнительная литература

1. Давыдова, М. А. Креатив в рекламе: технологии и практики. — М.: РГГУ, 2020. Рассматриваются методы генерации идей, креативные техники и подходы к созданию рекламного продукта.
2. Карпов, И. В. Digital-маркетинг и реклама в социальных сетях. — СПб.: Питер, 2019. Практическое руководство по медиапланированию, созданию контента и оценке эффективности цифровых кампаний.

3. Шахов, В. В. PR в цифровой среде. — М.: Юрайт, 2021. Освещаются особенности применения PR-технологий в интернете, управление репутацией и взаимодействие с целевой аудиторией.

4. Смирнова, А. И. Визуальная коммуникация и графический дизайн в рекламе. — М.: ИНФРА-М, 2018. Пособие по созданию визуальных концепций, брендингу и оформлению рекламных материалов.

5. Кравченко, О. Н. Маркетинговые коммуникации: современные тенденции. — М.: ВЛАДОС, 2020. Анализ современных стратегий коммуникации, мультимедийных кампаний и интегрированных подходов.

### **5.3. Нормативно-правовые материалы (по мере необходимости):**

1. Закон РТ «О печати и других СМИ» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://mediaschool.tj>
2. Закон РТ «Об информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
3. Закон РТ «Об информатизации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
4. Закон РТ «О телевидении и радиовещании» [Электронный ресурс], режим доступа: [nansmit.tj](http://nansmit.tj)
5. Этические нормы журналистской деятельности в Таджикистане [Электронный ресурс], режим доступа: [www.odob.tj](http://www.odob.tj)
6. Закон РТ «О праве на доступ к информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
7. Закон РФ «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.consultant.ru>
8. Кодекс профессиональной этики российского журналиста [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.ruj.ru>

### **5.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет:**

#### **А) сайты:**

1. [http://www.mediascope.ru/files/MediaTrends\\_%2017.pdf](http://www.mediascope.ru/files/MediaTrends_%2017.pdf)
2. <http://edu.of.ru/attach/17/191749.pdf>
3. <http://cyberleninka.ru/article/n/mediakontent-internet-smi-v-informatsionno-kommunikativnoy-sisteme-regiona>
4. <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-narrativnosti-multimediynoy-istorii-kak-novogo-zhanra-internet-smi>
5. <http://new.tj> (Азия-Плюс)
6. [www.khovar.tj](http://www.khovar.tj) (НИАТ «Ховар»)
7. <http://avesta.tj> (ИА «Авеста»)
8. <http://www.faraj.com.tj> (Фараж)
9. <http://vecherka.tj> (Вечёрка)
10. <http://safina.tj> (ТВ Сафина)
11. <http://tvt.tj> (Тоҷикистон)
12. <http://www.jahonnamo.tj/ru> (Джахоннамо)
13. <http://www.bbc.com/> (BBC)
14. <http://edition.cnn.com/> (CNN)
15. <http://ru.euronews.com/> (Euronews)
16. <http://www.thetimes.co.uk/> (The Times)
17. <http://www.nytimes.com/> (New-York Times)
18. <http://www.lemonde.fr/> (Монд)
19. <https://www.afp.com/> (АФП)
20. <https://www.dpa.com> (DPA)
21. <http://www.reuters.com/> (Рейтер)

22. <http://www.xinhuanet.com/> (Синьхуа)
23. <http://www.kyodonews.jp> (Киодо Цусин)
24. <http://www.1tv.ru> (Первый канал)
25. <http://www.vesti.ru> (Вести)
26. <http://www.ntv.ru> (НТВ)
27. <http://tass.ru/> (ТАСС)
28. <https://ria.ru> (РИА Новости)

#### **Б) электронные библиотеки по журналистике:**

- <http://www.library.cjes>. – Библиотека Центра экстремальной журналистики – одна из крупнейших специализированных электронных библиотек по журналистике в Интернете;
- <http://www.eartist.narod.ru/journ.-> электронная библиотека, включающая разделы: история журналистики, Теория и практика журналистики, Реклама, маркетинг и PR, Логика и риторика, Справочники и словари;
- <http://journalist.virt-ru> –электронный архив журнала «Журналист»;
- <http://www.bibliorossica> – электронная библиотека;
- <http://e-cis.info/index>.
- Официальный сайт журнала «Журналист»: <http://journalist-virt.ru/>
- Справочно-правовая система «Консультант Плюс», Закон РФ «О средствах массовой информации»: <http://www.consultant.ru/popular/smi/>
- МІС – электронный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация» // <http://mic.org.ru>
- Электронная библиотечная система IPRbooks.
- Портал образовательных ресурсов МГИ им. Дашковой: <http://www.dashkova.ru/>

#### **5.5.Перечень информационных технологий и программного обеспечения:**

- MS Office
- MicrosoftOfficeProfessional
- Microsoft Windows
- Google Forms
- Scribus OpenShot
- Video Editor
- Audacity
- Adobe Photoshop

### **6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Студенты, изучающие курс «Основы репутационного менеджмента», должны овладеть фундаментальными знаниями о сущности репутации, механизмах её формирования, факторах влияния на восприятие организации или личности, а также научиться анализировать репутационные риски и формировать эффективные стратегии управления репутацией. Особое внимание уделяется системному подходу к анализу репутационных ситуаций и применению аналитических инструментов для принятия обоснованных управленческих решений.

Репутационный менеджмент — это современная управленческая дисциплина, включающая сбор, обработку и интерпретацию данных о восприятии организации различными целевыми аудиториями, мониторинг информационного поля, анализ позитивных и негативных репутационных факторов, моделирование стратегий и оценку последствий коммуникационных решений. Информационными источниками могут быть: медийные и социальные каналы, отчёты об общественном мнении, корпоративные

документы, исследования рынка, данные цифровых аналитических сервисов.

Каждый элемент репутационного анализа выполняет определённую функцию: выявление текущего состояния репутации, выявление репутационных рисков, разработка корректирующих стратегий, оценка эффективности проведённых мероприятий и интеграция результатов в общую стратегию управления.

Особенность курса состоит в сочетании традиционных методов преподавания (лекции, практические занятия, контрольные и самостоятельные работы) с интерактивными методиками, направленными на развитие аналитического, критического и стратегического мышления студентов. Среди используемых методов:

- анализ кейсов и практических репутационных ситуаций;
- мозговой штурм по формулировке репутационных гипотез и стратегий;
- подготовка письменных аналитических отчётов и презентаций проектов;
- создание таблиц, схем, графиков и диаграмм на основе репутационных данных;
- изучение и анализ информации из медиа, социальных сетей, цифровых платформ и официальных источников;
- проведение SWOT , PEST и конкурентного анализа в контексте репутации;
- моделирование кризисных сценариев и защита предлагаемых стратегических решений.

При изучении дисциплины особое внимание уделяется практическому освоению методов мониторинга и анализа репутационной информации, выявлению репутационных угроз и возможностей, разработке стратегий формирования позитивного восприятия и планированию коммуникационных действий. Студенты знакомятся с современными инструментами анализа данных, построения репутационных стратегий и подготовки рекомендаций для практической деятельности в организациях.

Программа курса разработана с ориентацией на профессиональные стандарты подготовки специалистов в области коммуникационного и репутационного менеджмента, обеспечивая высокий уровень профессиональной подготовки студентов к работе в коммуникационных службах, PR агентствах, корпоративных подразделениях и аналитических командах. Изучение курса способствует развитию профессионализма в сфере управления репутацией, внедрению современных стандартов и подходов к сбору, анализу и интерпретации репутационной информации.

Самостоятельная работа студентов организована в соответствии с разделом 4 данной рабочей программы, где указаны темы, объёмы выполняемых работ и формы контроля со стороны преподавателя.

Основу обучения составляют аудиторные занятия — лекции, практические занятия и контрольные/самостоятельные работы, направленные на формирование у студентов знаний, навыков и компетенций, необходимых для анализа репутационных ситуаций, разработки управленческих решений, подготовки аналитических материалов и обоснованных стратегий управления репутацией.

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины на базе Отделения журналистики функционируют учебные радиолaborатория и телестудия, редакция газеты «Студенческие вести», аудитории оснащены необходимым оборудованием (проекторы, телевизоры, доступ к on-line ресурсам через Интернет). Студенты имеют возможности пользоваться ресурсами в библиотеке университета, включая электронную, а также печатными материалами на кафедре отечественной и международной журналистики.

В Университете созданы специальные условия для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, а также обеспечивается:

- наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети "Интернет" для слабовидящих;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проёмов, лифтов).

## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

*Форма итоговой аттестации (экзамен в традиционном виде) по дисциплине «Создание рекламного продукта»*

*Форма промежуточной аттестации (1 и 2 рубежный контроль)*

**Итоговая система оценок по кредитно-рейтинговой системе с использованием буквенных символов**

Оценка по буквенной системе	Диапазон соответствующих наборных баллов	Численное выражение оценочного балла	Оценка по традиционной системе
A	10	95-100	Отлично
A-	9	90-94	
B+	8	85-89	Хорошо
B	7	80-84	
B-	6	75-79	
C+	5	70-74	Удовлетворительно
C	4	65-69	

<b>C-</b>	3	60-64	Неудовлетворительно
<b>D+</b>	2	55-59	
<b>D</b>	1	50-54	
<b>Fx</b>	0	45-49	
<b>F</b>	0	0-44	

*Содержание текущего контроля, промежуточной аттестации, итогового контроля раскрываются в фонде оценочных средств, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.*

*ФОС по дисциплине является логическим продолжением рабочей программы учебной дисциплины. ФОС по дисциплине прилагается.*