

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"**

Кафедра журналистики и массовых коммуникаций

Авторы-составители: **Черепанова Лариса Львовна
Печищев Иван Михайлович
Мясникова Диана Игоревна
Березина Валерия Юрьевна
Сидякина Анна Александровна**

Рабочая программа дисциплины

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОЕКТОВ

Код УМК 82634

Утверждено
Протокол №9
от «20» июня 2017 г.

Пермь, 2017

1. Наименование дисциплины

Информационное сопровождение проектов

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в базовую часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **37.03.01** Психология
направленность Программа широкого профиля

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Информационное сопровождение проектов** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

37.03.01 Психология (направленность : Программа широкого профиля)

ОПК.11 способность решать аналитические, креативные и проектные задачи, связанные с планированием стратегических коммуникаций; способность формировать представление о медиапланировании с учетом целевой аудитории

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	37.03.01 Психология (направленность: Программа широкого профиля)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	5
Объем дисциплины (з.е.)	3
Объем дисциплины (ак.час.)	108
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	42
Проведение лекционных занятий	14
Проведение практических занятий, семинаров	28
Проведение лабораторных работ, занятий по иностранному языку	0
Самостоятельная работа (ак.час.)	66
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (2)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (5 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Технологии информационной работы

Данный раздел курса формирует общие представления о современной информационной среде

Стратегии информационного продвижения

Современная медиасфера: особенности медийных каналов и аудитории. Параметры современной информационной сферы. Понятие «медиа». Изменение в медиасфере за последнее десятилетие. Изменение медиапотребления аудитории. Исследования последних лет. Примеры продвижения успешных проектов.

Проектный подход к информационной кампании

Продвижение как проект. Команда проекта, цели проекта, сроки и вехи, результат проекта. Бюджет проекта, определение оптимальных затрат.

Информационная поддержка проекта

Каналы медиа – особенности, возможности, аудитория, технические характеристики, принципы воздействия, варианты использования. Изменение медиапредпочтений аудитории последних лет. Исследования. Характеристики аудитории, выбор целевой группы. Выбор варианта сообщения и упаковки в зависимости от аудитории. Разработка идеи проекта. Анализ кейсов. Описание аудитории проекта. Метод персонажей

Работа со СМИ

Данный раздел курса формирует представления и навыки работы со СМИ

Типология СМИ. Медиапланирование

Медиапланирование как системный процесс. Выбор канала, аудитории, сообщения, «упаковки». Привлечение социологических исследований для эффективного продвижения. Приёмы медиапланирования сообщений для разных каналов. Виды и типы СМИ. Принципы их работы. Изучение рынка СМИ (федеральных и региональных, деловых и массовых, тематических и пр.). Анализ конкуренции, доли на рынке. Работа с исследованиями, сбор эмпирического материала.

Пермский рынок СМИ

Использование СМИ для продвижения. Приёмы работы со СМИ, использование бесплатных и платных каналов. Информационный повод как катализатор информационной компании.

Технологии работы со СМИ

Информационный повод. Написание пресс-релиза. Карта СМИ. Изучение специфики воздействия отдельных медиаканалов: работа с исследованиями, сбор эмпирического материала. Анализ воздействия.

Информационный повод

Технология взаимодействия с журналистами. Организация информационной работы

Пресс-релиз

Назначение, содержание пост-релиза. Технология создания и продвижения пост-релиза.

Пресс-конференция

Технология организации и проведения пресс-конференции.

Информационное сопровождение

Данный раздел курса формирует представления и навыки работы с собственным сайтом и в социальных сетях

Сайт как инструмент для продвижения проекта

Использование сайта для продвижения проекта. Назначение, структура. Способы использования и продвижения. Landing page

Создание кампании по продвижению

Подготовка плана продвижения проекта в социальных сетях, включающего в себя: описание этапов планирования, цели и задачи, команду проекта, аудиторию проекта, каналы продвижения с обоснованием выбора, приёмы продвижения в интернете, исчисляемые результаты, сроки и дедлайны, примеры продвигаемых сообщений и их упаковки с учётом аудитории и канала, прочее.

Продвижение на мероприятиях

Социальные сети, их особенности. Аккаунты и группы. Аудитория социальных сетей. Контент социальных сетей. Продвижение проекта в социальных сетях.

Продвижение в социальных сетях

Способы продвижения проектов в социальных сетях. Возможности и проблемы. Успешные кейсы

Анализ кампаний по продвижению

Анализ учебных работ студентов, обсуждение результатов курса

Презентация информационных проектов

Презентация кампаний по продвижению проектов

Наполнение сайта

Изучение возможностей создания сайта, сбора статистики. Описание платформ для сайтов и лендингов. Технологии учета сбора статистики. Продвижение с помощью поиска и разных способов "накрутки".
Создание сайта - лендинга

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 268 с. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/68990.html>

2. Губанов, Д. А. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства : учебное пособие / Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили ; под редакцией Д. А. Новиков. — Москва : Издательство физико-математической литературы, 2010. — 228 с. — ISBN 9875-94052-194-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/8531>

Дополнительная:

1. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов [и др.] ; под редакцией С. Балмаева, М. Лукиа. — Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016. — 304 с. — ISBN 978-5-7525-3084-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/75003.html>

2. Бусыгина, М. В. Медиажанр «пресс-релиз» : учебное пособие / М. В. Бусыгина, М. Р. Желтухина. — Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, ПринТерра-Дизайн, 2016. — 108 с. — ISBN 978-5-98424-200-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/66641.html>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<http://bit.ly/prpsu> Методический онлайн-ресурс

http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_k/communicative-strategy/

Коммуникативная стратегия

ru.unesco.org Юнеско: Специалист по подготовке проекта

<https://serpstat.com/ru/blog/kak-sostavit-strategiju-prodvizhenija-sajta/> Стратегия продвижения

cyberleninka.ru Сидорская И.В. Взаимодействие структур по связям с общественностью и СМИ

press-service.ru Медиапланирование//Пресс-служба

mig.ru Медиалогия: Пермский край: рынок СМИ

works.foklad.ru PR-технологии работы со СМИ

news.pressfeed.ru Примеры пресс-релиза//pressfeed

advertiser-school.ru Проведение пресс-конференций//Школа рекламиста

frs-pr.com Где взять информационный повод?//FRS

<https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-media-marketing-kak-effektivnyy-instrument-prodvizheniya> Амирова Д.Р., Запорожец О.И. Социальный медиа-маркетинг как эффективный инструмент продвижения

support.office.com Создание сайта проекта

tvoybudget.spb.ru Сайт проекта "Твой бюджет"

asi.org.ru Продвижение социальных проектов//Агентство социальной информации

textera.ru Как построить SMM-стратегию: пошаговый план продвижения в социальных сетях

<http://comagency.ru/pr-support-of-evets> Информационное сопровождение деятельности

<https://www.youtube.com/watch?v=6Jx5jRpe9Bc> Управление проектами от А до Я

myshared.ru Информационный проект. Методика разработки//My Shared

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Информационное сопровождение проектов** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

- 1) презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
- 2) доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
- 3) доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
- 4) интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта);

Перечень необходимого лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения:

- 1) офисный пакет приложений (текстовый процессор, программа для подготовки электронных презентаций);
- 2) программа демонстрации видеоматериалов (проигрыватель);
- 3) приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (student.psu.ru).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для лекционных занятий, занятий семинарского типа, групповой работы и текущего контроля предусматривается аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для самостоятельной работы предусматривается аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Информационное сопровождение проектов**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции и
критерии их оценивания**

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ОПК.11 способность решать аналитические, креативные и проектные задачи, связанные с планированием стратегических коммуникаций; способность формировать представление о медиапланировании с учетом целевой аудитории</p>	<p>Знает основы медиапланирования с учетом целевой аудитории. Умеет решать аналитические, креативные и проектные задачи, связанные с планированием стратегических коммуникаций. Владеет навыками описания концепции проекта по плану</p>	<p align="center">Неудовлетворител</p> <p>Концепция кампании не содержит описание и обоснование идеи проекта, его актуальности и востребованности, не содержит описание характеристик аудитории (социально-демографические, ментальные - ценности, интересы, мотивы), не содержит описание каналов продвижения с обоснованием выбора, не содержит описание плана продвижения с обоснованием, не содержит описание форматов и содержания материалов для продвижения с обоснованием.</p> <p align="center">Удовлетворительн</p> <p>Концепция кампании содержит частичное описание и обоснование идеи проекта, его актуальности и востребованности, частичное описание характеристик аудитории (социально-демографические, ментальные - ценности, интересы, мотивы), частичное описание каналов продвижения с обоснованием выбора, частичное описание плана продвижения с обоснованием, частичное описание форматов и содержания материалов для продвижения с обоснованием.</p> <p align="center">Хорошо</p> <p>Концепция кампании содержит неполное описание и обоснование идеи проекта, его актуальности и востребованности, неполное описание характеристик аудитории (социально-демографические, ментальные - ценности, интересы, мотивы), неполное описание каналов продвижения с обоснованием выбора, неполное описание плана продвижения с обоснованием, неполное описание форматов и содержания</p>

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>материалов для продвижения с обоснованием.</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Концепция кампании содержит полное описание и обоснование идеи проекта, его актуальности и востребованности, описание характеристик аудитории (социально-демографические, ментальные - ценности, интересы, мотивы), описание каналов продвижения с обоснованием выбора, описание плана продвижения с обоснованием, описание форматов и содержания материалов для продвижения с обоснованием.</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Стратегии информационного продвижения Входное тестирование	Знает каналы распространения информации. Умеет определить характеристики канала. Владеет опытом потребления информации по разным каналам
ОПК.11 способность решать аналитические, креативные и проектные задачи, связанные с планированием стратегических коммуникаций; способность формировать представление о медиапланировании с учетом целевой аудитории	Пресс-релиз Письменное контрольное мероприятие	Знает структуру пресс-релиза. Умеет создать пресс-релиз о проекте с учётом необходимых характеристик. Владеет навыком описания проекта (цели, структура, аудитория)
ОПК.11 способность решать аналитические, креативные и проектные задачи, связанные с планированием стратегических коммуникаций; способность формировать представление о медиапланировании с учетом целевой аудитории	Создание кампании по продвижению Письменное контрольное мероприятие	Знает основы планирования информационного обеспечения молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействия с молодежными СМИ. Владеет навыками работы с текстом. Умеет применять технологии информационного сопровождения молодежных проектов,

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ОПК.11 способность решать аналитические, креативные и проектные задачи, связанные с планированием стратегических коммуникаций; способность формировать представление о медиапланировании с учетом целевой аудитории	Наполнение сайта Итоговое контрольное мероприятие	Знает методы визуализации информации при создании прототипа сайта, умеет создавать тексты с актуальными информационными поводами для сайта, владеет навыком презентации проекта.

Спецификация мероприятий текущего контроля

Стратегии информационного продвижения

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Все ответы указаны верно. Задания 1-6 = 6 баллов Задание 7 = 4 балла	10
Верно 50% ответов.	5
Верно менее 50% ответов.	0

Пресс-релиз

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Материалы информационной кампании: не менее 10 публикаций, в том числе не менее 2 в официально зарегистрированных СМИ (каждая оценивается от 0 до 15 баллов)	15
Пресс-релиз написан понятным языком без сложных конструкций и обилия терминов	4
Пресс-релиз учитывает характеристики аудитории проекта	4
Пресс-релиз понятно описывает идею проекта	4
Пресс-релиз описывает ход и результат проекта	3
За каждую ошибку снимается один балл.	-1

Создание кампании по продвижению

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
План содержит описание и обоснование идеи проекта, его актуальности и востребованности; аудитории; каналов продвижения, форматов и содержания материалов с обоснованием их выбора, не менее 10 публикаций (в том числе не менее 3 в официально зарегистрированных СМИ). Ошибок нет.	30
В работе 1-2 ошибки	21
В работе 3-5 ошибок	13
В работе 6 и более ошибок	12

Наполнение сайта

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
При создании прототипа сайта используется визуализация информации (фотографии, инфографика, видео и пр.). Присутствует презентационная информация о проекте. Сайт заполнен корректно выполненными текстами с актуальными информационными поводами. Учтены все формальные требования к презентации проекта в интернете: информация структурирована, есть возможность обратной связи, призывы к действию и т.п. Прототип сайта создан, он функционирует. Ошибок нет.	40
В работе 1-2 ошибки	28
В работе 3-5 ошибок	17
В работе 6 и более ошибок	16