АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.05.03 СМИ в Китае: политические и экономические последствия (Media in China: Political and Economic Implication)

Автор: К.н.ф., PhD, доктор, Чжао Чжаочэн
Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент «Master of Social Sciences (China and Global Governance)/Магистр наук (Китай и глобальное управление). Англоязычная магистратура»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенции изучения взаимосвязи средств массовой информации с политическим, экономическим, социальным и культурным контекстом, в котором они работают, анализ развития и нормативно-правовой базы средств массовой информации в Китае, а также роли и функций, которые они играют в политическом и экономическом развитии. в Китае.

План курса:

Тема 1. Предмет, ключевые понятия курса

Понятие, субъекты и объекты СМИ, правила, концепции, цели и жанры. Основные составляющие процесса. Функции СМИ. Взаимосвязь рекламной деятельности с менеджментом и маркетингом.

Тема 2. Рекламное наполнение бренда

Понятие бренда, особенности создания сильных брендов. Руководство проектами по брендингу и ребрендингу. Брендинг – современный подход к формированию активов марки. Особенности мотивационной составляющей в рекламе.

Тема 3. Копирайтинг

Рекламный текст в современных СМИ. Стандартные и нестандартные каналы распространения рекламной информации.

Тема 4. Психология СМИ

Характеристика психологических проблем деятельности СМИ. Теоретические и методологические проблемы психологии СМИ. Психические процессы. Психологическое воздействие СМИ на потребителя. Механизмы такого воздействия.

Тема 5. Эффективность СМИ

Современные подходы к измерению эффективности рекламы. Проблемы психологической эффективности рекламы. Экономическая эффективность рекламы. Измерение итогов рекламной кампании и оценка эффективности рекламного проекта.

Тема 6. Проектные коммуникации.

Связи с общественностью как часть коммуникаций проектной деятельности. Сущность, виды и функции корпоративных коммуникаций. Система «5С». Внутренние и внешние коммуникации. PR и MR.

Тема 7. Формирование имиджа проектной команды

Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью. Корпоративный имидж. Имидж и репутация. Бренд. Ребрендинг. Рестайлинг.

Тема 8. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью

Виды СМИ. Особенности работы со СМИ разного типа. Интернет-коммуникации. MediaRelations. Особенности организации мероприятий для СМИ.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-1	Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников; способность управлять проектами и сетями;	ПК-1.2	Способность управлять группами (командами) сотрудников.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-1.2	• Определяет стратегические задачи профессиональной деятельности менеджера;	Использует сущность кадрового прогнозирования и планирования; Применяет современные методы оценки персонала и знает рациональную сферу их применения; Самостоятельно принимает эффективные кадровые решения;
	• Определяет оперативные управленческие задачи организации; Определяет основные теории мотивации, лидерства и власти	

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

- Опрос;
- Контрольная;
- Тестирование.

– при проведении занятий практического (семинарского) типа:

- Опрос;
- Контрольная;
- Тестирование.

Промежуточная аттестация проводится в форме: зачёта в письменной форме (тестирование).

Основная литература:

1. Тулупов, В. В. Техника и технология сми: бильдредактирование : учебное пособие для вузов / В. В. Тулупов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019.
2. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018