

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Факультет гуманитарных и социальных наук

**АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Образовательная программа 46.04.01 ИСТОРИЯ

Специализация «Всемирная история и массовые коммуникации»

Наименование дисциплины	Взаимодействие со СМИ (медиа-рилейшнз)
Объем дисциплины	4 ЗЕ ( 144 час.)
<b>Краткое содержание дисциплины</b>	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Медиа-рилейшнз: понятие, формы, инструменты	<b>Тема 1. Понятие «медиа-рилейшнз»</b> Понятие «медиа-рилейшнз». Цели, достигаемые путем взаимодействия со СМИ. Характеристика основных видов СМИ
Особенности медиа-рилейшнз в сфере политики, экономики и науки	<b>Тема 2. Основные инструменты медиа-рилейшнз</b> Понятие «инструмент» в медиа-рилейшнз. Основные инструменты в медиа-рилейшнз. <b>Тема 3. Основные формы медиа-рилейшнз</b> Мониторинг СМИ. Форматы взаимодействия с журналистами и их особенности. Форматы взаимодействия с аудиторией. <b>Тема 4. Понятие GR в контексте медиа-рилейшнз</b> Особенности реализации взаимодействия со СМИ в контексте GR. <b>Тема 5. Особенности научной коммуникации в контексте медиа-рилейшнз</b> Цели и задачи научной коммуникации. Виды научной коммуникации. Форматы научной коммуникации. <b>Тема 6. Модели ситуационного анализа в медиа-рилейшнз</b> Особенности SWOT-анализа как инструмента ситуационного анализа в медиа-рилейшнз <b>Тема 7. Стратегическое планирование в медиа-рилейшнз</b>

	<p>Постановка цели в стратегическом планировании в медиарилейшнз. Выбор тактики в стратегическом планировании в медиарилейшнз. Модель RACE в стратегическом планировании в медиарилейшнз</p>
<p><b>Тактика и стратегия в контексте медиарилейшнз</b></p>	<p><b>Тема 8. Виды и особенности коммуникативных технологий в медиарилейшнз</b>          Agenda building как пример коммуникативной технологии в медиарилейшнз</p> <p><b>Тема 9. Понятие «тактика» в медиарилейшнз</b>          Основные тактические действия в медиарилейшнз и PR</p> <p><b>Тема 10. Понятие «стратегия» в медиарилейшнз</b>          Особенности формирования стратегии взаимодействия со СМИ в области политики, экономики и науки.</p> <p><b>Тема 11. Особенности взаимодействия со СМИ в области политики, экономики и науки</b>          Выбор тактики, стратегии, инструментов и форматов взаимодействия со СМИ в области политики, экономики и науки.</p>
<p><b>Перспективы развития различных форм медиарилейшнз как инструмента PR</b></p>	<p><b>Тема 12. Перспективы развития различных форм медиарилейшнз как инструмента PR.</b>          Взаимосвязь медиарилейшнз и PR. Перспективы развития печатных СМИ как инструмента PR. Перспективы развития Интернет-СМИ как инструмента PR. Перспективы развития радио и телевидения как инструмента PR.</p>

**Разработчиками являются**

профессор кафедры всеобщей истории С.А. Воронин,  
*должность, наименование кафедры, инициалы, фамилия*

ассистент кафедры всеобщей истории Е.А. Бакина

**Заведующий кафедрой всеобщей истории**

*название кафедры*



*подпись*

С.А. Воронин

*инициалы, фамилия*