Религиозная организация –
духовная профессиональная образовательная организация
«Центр подготовки церковных специалистов
Челябинской епархии
Русской Православной Церкви»

«Утверждаю»
Директор: _____/прот. Евгений Мартенец
02.06.2021

Программа дисциплины

«ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА
И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРИХОДСКОЙ РАБОТЫ»

Направление подготовки

Приходское просвещение

Квалификация (степень выпускника)

Специалист в области приходского просвещения

Форма обучения

очно-заочная

Челябинск

2021

Программа дисциплины

«ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРИХОДСКОЙ РАБОТЫ»

Цель реализации программы

Цель: сформировать у слушателей понимание об информационных системах и технологиях, применяемых в приходской работе; свойствах информации, механизмах и особенностях ее создания, распространения, применения и развития навыков их практического применения, использования в качестве основы для анализа, а также оценки явлений личной и общественной жизни.

Формируемая компетенция

№	Компетенция	Код компетенции
1	к совершенствованию в христианском благочестии на протяжении всей жизни	
2	обеспечивать информационную поддержку приходских мероприятий	
3	планировать, организовывать и координировать приходскую работу	

1.1. Планируемые результаты обучения

Конечные результаты обучения
Знать: • основные этапы и способы организации информационной поддержки и обеспечение приходской работы. *Уметь:* • применять полученные знания при подготовке материалов просветительского и журналистского характера на приходах и в СМИ. *Владеть:* • навыками по созданию, развитию и координации информационной деятельности.

1.2. Категория обучающихся: лица, имеющие документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или о среднем профессиональном/высшем образовании и желающие освоить данную ОП.

1.3. Форма обучения: очная.

1.4. Общая трудоемкость: 32 академических часа, из них: 21 – аудиторная работа; 11 – самостоятельная работа.

Раздел 2. Содержание программы

2.1. Учебный (тематический) план:

№ п/п	Наименование разделов, циклов, дисциплин, практик, итоговой аттестации	Всего, час.	Вид учебных занятий, учебных работ			Формы контроля
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	
1	**Введение**	**1**	**1**	-		
2	Тема 1. Введение в изучение информационной поддержки и обеспечение приходской работы	1	1	-		
3	**Раздел I. Особенности современного информационного поля**	**9**	**5**	**-**	**4**	
4	Тема 2. Особенности отбора информации для целевой аудитории	2	1	-	-	
5	Тема 3. Современные каналы и ресурсы информирования	3	1	-	-	
6	Тема 4. Развитие СМИ в эпоху технологического прогресса	2	2	-	2	
7	Тема 5. Актуальный опыт реализации информационных проектов	2	1	-	2	
8	**Раздел II. Организация молодежной работы в прессе и на телевидении**	**10**	**6**	**-**	**4**	
9	Тема 6. Формы медиаактивности в аудиовизуальных СМИ	3	2	-	-	
10	Тема 7. Типологические особенности современной прессы	2	-	-	2	
11	Тема 8. Установление эффективной связи с представителями редакций печатных СМИ	3	2	-	2	
12	Тема 9. Взаимодействие с продюсерами и съемочными группами	2	2	-	-	
13	**Раздел III. Информационная поддержка приходской деятельности в интернет-среде**	**12**	**4**	**-**	**8**	
14	Тема 10. Медиаактивность в виртуальном пространстве	2	-	-	2	
15	Тема 11. Интернет как современная среда социальной коммуникации	2		-	2	
16	Тема 12. Особенности освещения приходской работы в сетевых источниках	2	-	-	2	
17	Тема 13. Информационная поддержка приходской деятельности в социальных сетях	2	2	-	-	

18	Тема 14. Опыт организации информационных кампаний, PR-акций, флешмобов интернет-пространстве	4	2	-	2	
	Общая трудоемкость	**32**	**16**	**-**	**16**	**Зачет**

2.2. Учебная программа

Темы	Вид учебных занятий, учебных работ	Содержание
Тема 1. Введение в изучение информационной поддержки и обеспечение приходской работы	Лекция	О необходимости изучения работы по информатизации целевой аудитории. Основные понятия и термины. Поиск, получение, потребление, передача, производство и распространение информации в современном мире.
Тема 2. Особенности отбора информации для целевой аудитории	Лекция	Основные механизмы определения целевой аудитории. Характеристика видов отбора данных. Разработка и реализация информационной стратегии.
Тема 3. Современные каналы и ресурсы информирования	Лекция	Официальные и неофициальные источники информации. Классификация каналов освещения событий. Диалог как основная форма информирования. Ресурсы современной коммуникационной среды.
Тема 4. Развитие СМИ в эпоху технологического прогресса	Лекция	Актуализация информации и нацеленность на настоящее. Учет возрастных, половых, религиозных и региональных особенностей в условиях развивающейся информатизации. Использование диалоговых форм.
Тема 5. Актуальный опыт реализации информационных проектов	Лекция	Развитие молодежных СМИ и каналов информирования. Опыт взаимодействия с объединениями разных регионов России и зарубежных стран.
Тема 6. Формы медиаактивности в аудио-визуальных СМИ	Лекция	Типология медиаактивности в соответствии с видами СМИ: активность в области прессы, телевидения, интернета, рекламной деятельности.
Тема 7. Типологические особенности современной молодежной прессы	Лекция	Информационная культура и медиаграмотность в современных печатных источниках.
Тема 8. Установление эффективной связи с представителями редакций печатных СМИ	Лекция	Основы PR-деятельности. Способы взаимодействия с редакциями изданий. Достоверность информации: источники, количество источников, оценка, первоисточники, время. Критерии популярности информационных источников. Методы оценки эффективности PR-информации с учетом достоверности первоисточника. Информационные фильтры.
Тема 9. Специфика освещения	Лекция	Перечень телеканалов с учетом тематических и возрастных показателей. Основные направления

приходской работы на телевидении		вещания и современные тенденции развития телевизионных проектов в среде подрастающего поколения.
Тема 10. Взаимодействие с продюсерами и съемочными группами	Лекция	Эффективная взаимосвязь с представителями телевизионных редакций. Установление сотрудничества с продюсерскими центрами. Навыки коммуникации в сфере производства ТВ-форматов.
Тема 11. Медиаактивность в виртуальном пространстве	Лекция	Развитие интернет-СМИ в современном обществе. Специфика производимого контента в Сети. Разновидность каналов и способов информирования в формате интернет-сообщества.
Тема 12. Интернет как современная среда социальной коммуникации	Лекция	Преимущества интернета как приоритетной среды получения и передачи информации. Характеристика сетевых СМИ в масштабах глобального информационного пространства.
Тема 13. Особенности освещения приходской работы в сетевых источниках	Лекция	Специфика контента в интернет-источниках. Особенности написания и восприятия текстов для целевой аудитории. Фото- и аудиосопровождение сетевых материалов.
Тема 14. Опыт организации информационных кампаний, PR-акций, флешмобов в интернет-пространстве	Лекция	Примеры проведения информационных кампаний. Создание имиджа и репутации официальной организации в социальных сетях. Итоги осуществления информационной поддержки событий регионального, федерального и международного масштаба.

Раздел 3. Формы аттестации и оценочные материалы

3.1. Формы аттестации

3.1.1. Текущая аттестация

Не предусмотрена

3.1.2. Промежуточная аттестация

Не предусмотрена

3.1.3. Итоговая аттестация

Итоговая аттестация проводится в форме зачета.

Вопросы для итоговой аттестации

Раздел I. Особенности современного информационного поля

1. Обоснуйте необходимость изучения работы по информатизации целевой аудитории.
2. Опишите этапы разработки и реализации информационной стратегии.
3. Как осуществляется поиск, получение, потребление, передача, производство и распространение информации в современном мире
4. Охарактеризуйте официальные и неофициальные источники информации

5. Перечислите основные механизмы определения целевой аудитории.
6. Перечислите виды отбора данных.
7. Перечислите официальные и неофициальные источники информации
8. Перечислите основные виды каналов освещения событий.
9. Обоснуйте необходимость актуализации информации и учета религиозных и региональных особенностей
10. Перечислите известные вам молодежные СМИ и каналы информирования
11. Каковы особенности взаимодействия с объединениями разных регионов России и зарубежных стран.
12. Перечислите актуальные формы и типологические модели новых медиа
13. Перечислите виды активности в области прессы, телевидения, интернета, рекламной деятельности.
14. Перечислите способы взаимодействия с редакциями изданий.
15. Расскажите, как определяется достоверность информации: источники, количество источников, оценка, первоисточники, время.
16. Каковы критерии популярности информационных источников
17. Перечислите телеканалы, подходящие для освещения приходской деятельности.
18. Каковы основные направления вещания и современные тенденции развития телевизионных проектов в среде подрастающего поколения.
19. Перечислите возможные сценарии эффективной взаимосвязи с представителями телевизионных редакций.
20. Какие навыки коммуникации необходимы в сфере производства ТВ-форматов.
21. Как развиваются интернет-СМИ в современном обществе.
22. Какова специфика производимого контента в интернете.
23. Перечислите разновидности каналов и способы информирования в формате интернет-сообщества.
24. Каковы преимущества интернета как приоритетной среды получения и передачи информации.
25. Охарактеризуйте сетевые СМИ в масштабах глобального информационного пространства
26. Какова специфика контента в интернет-источниках.
27. Перечислите особенности написания и восприятия текстов для целевой аудитории.
28. Приведите примеры проведения информационных кампаний.
29. Перечислите основные механизмы создания имиджа и поддержания репутации официальной организации в социальных сетях.
30. Перечислите методы определения эффективности информационной поддержки событий регионального, федерального и международного масштаба.

4. Условия реализации программы

4.1. Материально-технические условия реализации программы

- аудитория для проведения занятий,
- компьютерное оборудование;

- видео- и аудиовизуальные средства обучения.

4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы:

- учебно-практическое пособие;
- рабочая тетрадь;
- печатные раздаточные материалы для слушателей;
- электронные ресурсы (кейсы, задачи и т.д.).

Основная литература:

1. Абрамов Р.Н., Кондратьев Э.В. Связи с общественностью. – М., 2012.
2. Бердников И.П., Стрижова А.Ф. PR-коммуникации. Практическое пособие. – М., 2010.
3. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшенз. – М., 2005.
4. Иванов Д.В. Виртуализация общества. Версия 2.0. – СПб., 2000.
5. Катлип С.М. Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика. – М., 2001.
6. Кочеткова А.В., Тарасов А.С. Современная пресс-служба. – М., 2009.
7. Успенский И.В. Интернет-маркетинг. – СПб., 2003.
8. Хейг М. Электронный Public Relations. – М., 2002.
9. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов. – М., 2000.
10. Boyd, D. M, Ellison, N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communications. Vol. 13, no.1. – 2007.
11. Дэн Кеннеди “Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум”
12. Артем Сенаторов “Битва за подписчика «ВКонтакте». SMM-руководство”.

Интернет-ресурсы:

1. http://press.patriarchia.ru – официальный сайт пресс-службы Патриарха Московского и всея Руси Кирилла;
2. https://pravoslavmolodezh.ru – официальный сайт Синодального отдела по делам молодежи;
3. https://sinfo-mp.ru – официальный сайт Синодального отдела по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ;
4. http://www.patriarchia.ru – официальный сайт Московского патриархата;
5. https://pravoslavie.ru – информационный интернет-портал.