**СИНОДАЛЬНЫЙ ОТДЕЛ ПО ДЕЛАМ МОЛОДЕЖИ**

**РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ**

**Программа**

**обучения церковного специалиста в области приходского просвещения**

«ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРИХОДСКОЙ РАБОТЫ»

Общая трудоемкость – 32 академических часа

Москва, 2020

 **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. **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. Категория обучающихся: лица, имеющие документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или о среднем профессиональном/высшем образовании и желающие освоить данную ОП.
	2. Форма обучения: очная
	3. 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** |
|  | **Введение** | **1** | **1** | **-** |  |  |
|  | Тема 1. Введение в изучение информационной поддержки и обеспечение приходской работы | 1 | 1 | **-** |  |  |
|  | **Раздел I. Особенности современного информационного поля** | **12** | **8** | **-** | **2** |  |
|  | Тема 2. Особенности отбора информации для целевой аудитории | 2 | 2 | **-** | - |  |
|  | Тема 3. Современные каналы и ресурсы информирования | 2 | 2 | **-** | - |  |
|  | Тема 4. Развитие СМИ в эпоху технологического прогресса | 2 | 2 | **-** | - |  |
|  | Тема 5. Актуальный опыт реализации информационных проектов  | 2 | 2 | **-** | 2 |  |
|  | **Раздел II. Организация молодежной работы в прессеи на телевидении** | **8** | **8** | **-** | **2** |  |
|  | Тема 6. Формы медиаактивностив аудиовизуальных СМИ | 2 | 2 | **-** | - |  |
|  | Тема 7. Типологические особенности современной прессы | 2 | - | **-** | 2 |  |
|  | Тема 8. Установление эффективной связи с представителями редакций печатных СМИ | 2 | 2 | **-** | - |  |
|  | Тема 9. Взаимодействие с продюсерами и съемочными группами | 2 | 2 | **-** | - |  |
|  | **Раздел III. Информационная поддержка приходской деятельности в интернет-среде** | **11** | **4** | **-** | **7** |  |
|  | Тема 10. Медиаактивность в виртуальном пространстве | 2 | - | **-** | 2 |  |
|  | Тема 11. Интернет как современная среда социальной коммуникации | 2 |  | **-** | 2 |  |
|  | Тема 12. Особенности освещения приходской работы в сетевых источниках | 2 | - | **-** | 2 |  |
|  | Тема 13. Информационная поддержка приходской деятельности в социальных сетях | 2 | 2 | **-** | - |  |
|  | Тема 14. Опыт организации информационных кампаний, PR-акций, флешмобов интернет-пространстве | 3 | 2 | **-** | 1 |  |
|  | **Общая трудоемкость** | **32** | **21** | **-** | **11** | **Зачет** |

* 1. **Учебная программа**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Темы** | **Вид учебных занятий, учебных работ** | **Содержание** |
| Тема 1. Введение в изучение информационной поддержкии 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 инеофициальные 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 медиаактивностив 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 культураи 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 информационныхисточников. Методы оценки эффективности PR-информации с учетом достоверности первоисточника. Информационные фильтры. |
| Тема 9. Специфика освещения приходской работы на телевидении | Лекция | Перечень телеканалов с учетом тематических и возрастных показателей. Основные направления 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.

**Материалы для текущего контроля: вопросы для самопроверки.**

**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 pилейшнз. 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.

## Дэн Кеннеди “Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум”

## 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](http://www.patriarchia.ru/) – официальный сайт Московского патриархата;
5. <https://pravoslavie.ru> – информационный интернет-портал.