

**Международная евразийская академия телевидения и радио**  
**Академия медиа**

*Программа повышения квалификации*

**Организация взаимодействия органов исполнительной власти региона со  
СМИ: способы, методы, схемы, опыт российских и зарубежных структур**

Форма обучения: очная  
 Виды занятий: лекции, семинары, круглые столы, деловые игры  
 Продолжительность: 72 часа (36 часов + 36 часов)  
 Режим занятий: дневной, модульный + weekend  
 Итоговый документ: удостоверение о повышении квалификации

**У Ч Е Б Н Ы Й П Л А Н**

№ п/п	Наименование изучаемых дисциплин	Всего часов	В том числе			
			лекции	семинары	круглые столы	деловые игры
<b><u>Модуль № 1. Информационное пространство и управление информационным процессом</u></b>						
1	Аудитория, информационное пространство, информационный процесс и информационное взаимодействие	4	2	2		
2	Мониторинг информационного пространства, креатив и доставка информационного сообщения	4	2	2		
3	Информационный повод, информационное сообщение, информационные площадки и информационный резонанс (на примере России, Франции и Германии)	4	2	2		
4	Общение, коммуникация, установка и мифологизация: обмен опытом и практические рекомендации	2			2	
5	Подготовка и распространение информационных сообщений. Организация PR-мероприятий	2				2
6	Управление информационным процессом в региональных госорганах: способы, методы, схемы	4	2	2		
7	Специфика взаимодействия силовых, финансово-	4	2	2		

	экономических, социальных и отраслевых структур региона со СМИ					
8	Специфика взаимодействия органов исполнительной власти региона с зарубежными СМИ	4	2	2		
9	Структура и организация работы PR-служб органов исполнительной власти региона	2				2
10	Проверка полученных знаний в форме тестирования, написания краткого эссе или подготовки информационного сообщения	2		2		
11	PR и работа с информацией как профессия и призвание (лекция советника генерального директора ЮНЕСКО Г. Юшквичюса)	2	2			
12	Подведение итогов курса	2			2	
	<b>Итого аудиторных часов</b>	<b>36</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Модуль № 2. Имидж и управление репутацией</b>						
1	Имидж, репутация, репутационный менеджмент и репутационный аудит	4	2	2		
2	Создание географического бренда. Бренд города и региона. Позиционирование города и региона (на примере России, Франции и Германии)	4	2	2		
3	Личный имидж, репутация и позиционирование руководителей региональных органов исполнительной власти	4	2	2		
4	Технологии формирования имиджа и репутации: обмен опытом и практические рекомендации	2			2	
5	Реклама и PR в практике работы органов исполнительной власти региона: сходство, различия, способы применения	2				2
6	Информационные споры, информационные войны и управление факторами, формирующими отрицательную репутацию	4	2	2		
7	«Черный пиар» как оружие информационных войн. Способы и методы противодействия «черному пиару»	4	2	2		
8	Менеджмент в условиях информационных войн и кризисов	4	2	2		

9	Организация пресс-конференций, брифингов, пресс-туров и других PR-мероприятий: способы, методы, схемы	2				2
10	Проверка полученных знаний в форме тестирования, написания краткого эссе или подготовки информационного сообщения	2	2			
11	Информационное обеспечение крупнейших политических, культурных и спортивных мероприятий (лекция советника генерального директора ЮНЕСКО Г. Юшкявичюса)	2	2			
12	Подведение итогов курса	2			2	
	<b>Итого аудиторных часов</b>	<b>36</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
	<b>ВСЕГО АУДИТОРНЫХ ЧАСОВ</b>	<b>72</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>8</b>	<b>8</b>