

Содержание

Введение

Глава I. СМИ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФУНКЦИЙ И ИССЛЕДОВАНИЕ АУДИТОРИИ

Вопросы и задания

Глава II. ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И СОСТАВЛЯЮЩИЕ РАБОТЫ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Вопросы и задания

Глава III. СИСТЕМАТИЗАЦИЯ, АРХИВИРОВАНИЕ И АНАЛИЗ ПОЛУЧЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ.

Вопросы и задания

Глава IV. МАНИПУЛИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ: ИСТОРИЯ ВОПРОСА И СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ

Вопросы и задания

Глава V. СМИ КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ МАНИПУЛИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ

Вопросы и задания

Глава VI. СПЕЦИАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ МАНИПУЛЯЦИЯМ

Вопросы и задания

Глава VII. МЕТОДЫ РАБОТЫ СО СМИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ КАМПАНИЙ

Вопросы и задания

Глава VIII. МЕТОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ НЕГАТИВНОЙ
КАМПАНИИ

Вопросы и задания

Глава IX. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЯ-МЕТОДОВ В РАБОТЕ СУБЪЕКТОВ
СОВРЕМЕННОГО РЫНОЧНОГО ПРОСТРАНСТВА С
ТЕЛЕВИЗИОННЫМИ СМИ

Вопросы и задания

Глава X. ФОРМЫ И ЖАНРЫ ПУБЛИЦИСТИКИ:
ТЕХНИКА ПОДГОТОВКИ МАТЕРИАЛОВ

Вопросы и задания

Глава XI. ПРЕСС-СЛУЖБА В СИСТЕМЕ PR

Вопросы и задания

Глава XII. ПОНЯТИЕ МЕДИАКАРТЫ

Вопросы и задания

Глава XIII. РЫНОК И ТИПОЛОГИЯ СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Вопросы и задания

Список литературы

Приложение I

Примерный вариант проведения деловой игры
по методике взаимодействия со СМИ