8 (495) 698-63-64
8 (800) 234-55-22
seminar@finkont.ru
www.finkont.ru

Информационная политика, стратегия и тактика органов государственной власти и муниципального самоуправления в 2025 году

Программа курса носит практикоориентированный характер. В короткий срок вы изучите специфику и освоите навыки производства собственного контента. Выработаете свою стратегию взаимодействия со СМИ и общественностью. Получите навыки сторителлинга, необходимого для интерактивного взаимодействия со своими аудиториями и научитесь управлять их вниманием.

Дата проведения: 10 - 11 ноября 2025 с 10:00 до 17:30

Артикул: СП12736

Вид обучения: Курс повышения квалификации

Формат обучения: Онлайн-трансляция

Срок обучения: 2 дня

Продолжительность обучения: 16часов

Стоимость участия: 38 500 руб.

Для участников предусмотрено: Методический материал.

Документ по окончании обучения: По итогам обучения слушатели, успешно прошедшие итоговую аттестацию по программе обучения, получают Удостоверение о повышении квалификации в объеме 16 часов (в соответствии с лицензией на право ведения образовательной деятельности, выданной Департаментом образования и науки города Москвы).

Для кого предназначен

Руководителей и специалистов администраций городов и муниципальных образований, отвечающих за вопросы коммуникации, работу с информационно-коммуникационной сетью Интернет, ведение страниц в социальных сетях, специалистов учреждений культуры, специалистов по связям с общественностью и СМИ государственных и муниципальных органов власти, государственных и муниципальных учреждений и организаций.

Цель обучения

Уметь разработать концепцию запуска и работы собственного СМИ и сделать более эффективными соцсети вашей организации, грамотно выстроить работу с творческими и техническими специалистами, научиться создавать аудиовизуальный контент высокого уровня.
Это мероприятие можно заказать в корпоративном формате (обучение сотрудников одной компании).

Программа обучения

День-1.

Информационная политика, понятия, принципы и-специфика разработки и-реализации органами государственной власти и-муниципального самоуправления.

- Информационная политика, понятие. Виды и-типы информационной политики в-современной российской практике.
- Медиаиндустрия на-современном этапе, трансформация и-новые технологии работы с-аудиториями.
- Медиаизмерения и-медиасследования.
- Медиапотребление в-различных сегментах российской аудитории.

Практикум: Работа с-платформой медиаданных МЕДИАСКОП, составление медиапрофиля ваших целевых аудиторий.

Взаимодействие со-СМИ органов государственной власти и-муниципального самоуправления.

- СМИ и-СМК как ключевой механизм реализации взаимодействия политических субъектов в-поле публичной политики России.
- Инструментальная, информационная, имиджевая и-другие функции СМИ.
- Организационный, символический, политический, экономический «капитал» современных СМИ и-СМК.
- Основные характеристики различных типов СМИ и-СМК как базового канала реализации публичного политического взаимодействия.
- Эволюция форм современных СМИ. Прогноз их-развития и-влияния на-базовые параметры реализации публично-политических процессов в-Российской Федерации.

Практикум: Написание и-модифицирование пресс-релиза для различных СМИ.

День-2.

Стратегическое медиаприсутствие: технологии и-практики.

- Частотность и-приемы удержания внимания аудиторий.
- Технологии сторителлинга в-работе с-брендом региона, города, муниципального образования, биографией и-медиаприсутствием публичной персоны.

Практикум: Разработка концепции собственного многоплатформенного СМИ.

Современный сторителлинг и-управление вниманием аудиторий, в-т.ч. работа с-негативом.

- Технологии СЕО оптимизации и-управления репутацией как средство максимизации и-минимизации внимания аудиторий.
- Приемы сторителлинга в-публичной политике и-официальных нарративах органов.
- Разбор удачных решений и-ошибок в-публичном дискурсе.
- Маркетинговые технологии в-коммуникативных практиках.
- Этичные и-неэтичные приемы манипуляции вниманием аудиторий.

Практикум: Создание нарратива о-крае, городе, персоне.

Создание оригинального аудиовизуального контента на-различных платформах.

- Понятие формата, его разработка и-совершенствование.
- Технологии создания аудиовизуального контента: организационные и-технические аспекты.
- Формирование повестки и-перспективное планирование вещания.
- Работа с-аудиторией в-социальных сетях.

Практикум: Разработка форматов собственного контента и-информационной политики в-целом.

Преподаватели

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ
Кандидат экономических наук, доцент кафедры российской политики СПбГУ, действующий продюсер, сценарист, номинант национальной бизнес-премии «Медиаменеджер России-— 2012».