



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГУ»)

**Аннотации дисциплин образовательной программы высшего образования
по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации,
направленность (профиль) «Инновационный медиаменеджмент и
медиапродюсирование»**

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Разработка и продвижение контента» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Содержание дисциплины включает материалы о разработке и продвижении контента в целом, о специфике рекламных вербальных сообщений, методах взаимодействия с различными медиаресурсами. Дается общее представление об их взаимодействии с другими типами выражения рекламной и маркетинговой идеи.

В процессе изучения дисциплины студенты знакомятся с понятиями и образцами вербальных и визуальных рекламных сообщений, их знаковой природой, учатся воспринимать текст как универсальный объект понимания и реализации коммуникативных стратегий.

Концептуальная основа дисциплины заключается в опоре на лингвистические модели организации рекламных текстов, на признании роли языка как средства преобразования текстов в соответствующие рекламные смыслы.

Цель учебной дисциплины – обучение принципам и приемам разработки креативной стратегии рекламной кампании, формирование комплексного представления о специфике разработки и продвижения контента.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть содержание основных понятий в области продвижения контента и копирайтинга;
- сравнить продвижение контента с родственными сферами профессиональной деятельности (журналистика, PR, маркетинговые коммуникации, спичрайтинг);
- ознакомить студентов с основными методиками анализа знаковых систем рекламных сообщений;
- определить понятие «рекламный продукт» и основные этапы процесса его разработки и продвижения;
- познакомить студентов с базовыми моделями организации творческого процесса и методиками поиска идей для креативной концепции рекламы и выработать навыки их применения на практике;
- дать представление об организации процесса разработки контента, сформировать представление о навыках работы в социальных сетях, SMM-продвижении;
- дать представление о критериях оценки эффективности технологий и методов продвижения контента и сформировать навыки по их практическому применению.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;

УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные формы устной и письменной речи в профессиональной коммуникации; принципы разработки и продвижения различных типов контента при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов с учетом интересов и потребностей различных целевых групп.

Уметь: собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее, умение писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный и разнообразный контент (текст, фото, видео); выбирать удачную коммуникативную стратегию в устной и письменной формах при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов., основываясь на полученных данных о потребностях общества и целевых групп.

Владеть: корректной устной и письменной речью в профессиональной коммуникации с учетом изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем; навыками разработки и продвижения различных типов контента при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов с учетом интересов и потребностей различных целевых групп.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиаменеджмент и разработка медиастратегий» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель курса – формирование компетенций, связанных с реализацией медиаменеджмента и разработки медиастратегий в сфере профессиональной деятельности.

Основные задачи курса:

- 1) представление и обоснование теоретических основ медиаменеджмента;
- 2) обоснование теоретических и методологических основ как важных факторов в практической деятельности будущих специалистов.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1.1. Анализирует, верифицирует, оценивает полноту и достаточность информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполняет и синтезирует недостающую информацию.

ПК-2.1 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в медиасфере.

ПК-3.3. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации медиастратегии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы разработки проектов и кампаний в медиасфере; основы медиаменеджмента и разработки медиастратегий.

Уметь: проводить анализ ситуации, разрабатывать проекты и кампании в медиасфере; восполнять и синтезировать недостающую информацию; анализировать, верифицировать, оценивать полноту и достаточность информации в ходе профессиональной деятельности; интегрировать коммуникации для эффективной реализации медиастратегии.

Владеть: методами анализа, синтеза, оценки информации; методами анализа, алгоритмами разработки проектов и кампаний в медиасфере; методами отбора коммуникаций для эффективной реализации медиастратегии.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Методологические проблемы современной науки» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой теории и практики общественных связей.

Цель учебной дисциплины: на основе систематизации знаний о методологических проблемах современной науки, вовлечения в процессы методологической рефлексии научно-познавательной деятельности способствовать формированию у обучаемых методологической культуры, ориентированной на решение теоретических и практических проблем в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи учебной дисциплины:

- раскрыть содержание основных концепций, понятий и направлений исследования в области методологии современной науки;
- сформировать у студентов комплекс компетенций, связанных с выявлением и рассмотрением методологических аспектов развития современной науки;
- способствовать развитию методологической культуры, обеспечивающей привлечение и инновационное использование общенаучных знаний и тенденций в прикладной профессиональной области.
- содействовать становлению самостоятельной методологической позиции в анализе и оценке результатов научного поиска в коммуникативных науках и социально-гуманитарном научном познании.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.
- ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: организационные и коммуникативные основы построения научно-познавательной деятельности; основные формы знания, определения научного знания и науки как формы культуры; принципы анализа и синтеза научных концепций; принципы анализа и синтеза научных концепций; принципы и сущность междисциплинарной интеграции; теоретико-методологические основания научных исследований развития общественных и государственных институтов; принципы и методологию репрезентации их деятельности в медиатекстах и коммуникационных продуктах.

Уметь: выдвигать новые идеи в исследовательском контексте; формулировать выводы как на основе наиболее обобщенного взгляда на проблему, так и последующей декомпозиции; находить креативные решения на основе рефлексии; находить креативные решения на основе рефлексии; использовать методы и концепции других наук при решении задачи; применять общие научные и специальные методы для анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их освещения в создаваемых коммуникационных продуктах.

Владеть: первичными методологическими и методическими навыками научно-познавательной деятельности, информационными технологиями поиска исследовательской и библиографической информации; информационными технологиями поиска исследовательской и библиографической информации, приемами и способами самостоятельной учебной и исследовательской поисковой деятельности; методами системного подхода; методами системного подхода; широким научным кругозором и логикой науки; процедурами и приемами анализа медиарепрезентаций общественно-государственных институтов, навыками профессиональной коммуникации в этой области деятельности.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Методология исследовательской деятельности и академическая культура» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – профессиональная подготовка магистров, необходимая для формирования методологической и научной культуры, системы знаний, умений и навыков в области организации и проведения научных исследований в условиях академической среды.

Задачи дисциплины:

- формирование у обучающихся целостных теоретических представлений об общей методологии научного творчества;
- овладение знаниями в области основ методологии, методов и понятий научного исследования;
- развитие аналитического мышления, умение логично и стройно излагать свои мысли, развитие способностей к обобщению и анализу информации, постановке целей и выбору путей ее достижения;
- изучение возможностей современных информационных технологий для реализации исследований в маркетинговой деятельности.
- формирование практических навыков и умений применения научных методов, а также разработки программы методики проведения научного исследования;
- воспитание нравственных качеств и соблюдения этических норм, соответствующих академической культуре, в процессе осуществления научного исследования.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1 – Способен к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

ОПК-2 – Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-3 – Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: теоретические и методологические основы организации научно-исследовательской деятельности в рамках существующей академической культуры; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач; способы и инструменты анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов; сущность и понятие траектории личностного и профессионального роста; методы самоменеджмента и самоорганизации

Уметь: выявлять и анализировать тенденции современной науки, определять перспективные направления научных исследований в области маркетинга, использовать экспериментальные и теоретические методы исследования в профессиональной деятельности, соблюдать, поддерживать и развивать принципы существующей академической культуры; анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов; анализировать основные тенденции развития институтов государства и общества; вести научно-исследовательскую и другие виды интеллектуальной деятельности; повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство

Владеть: современными методами и инструментальными средствами научного исследования в предметной сфере; навыками самостоятельной творческой работы, совершенствования и развития своего научного потенциала, а также нравственного потенциала современного ученого; навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками, методами принятия решений.; особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; навыками анализа основных тенденций; навыками разработки и создания коммуникационных продуктов на основе результатов анализа; методами разработки индивидуальной траектории личностного и профессионального роста

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Межкультурное взаимодействие» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой теории и практики общественных связей.

Цель дисциплины: сформировать у студентов готовность работать в мультикультурной (полиэтнической, многонациональной) среде, эффективно общаться с представителями основных деловых культур.

Задачи:

1) создать условия для усвоения студентами теории межкультурной коммуникации, а также особенностей менталитета и этикета, ценностей, норм, ролевых структур и коммуникативных моделей основных деловых культур; способствовать осознанию этнических стереотипов своей собственной и других культур;

2) способствовать развитию способности вживаться в другую культуру, вести себя в соответствии с нормами и правилами чужой культуры и налаживать межличностные отношения; повысить уровень культурной сензитивности (восприимчивости) и расширить «культурный горизонт» за счет овладения коммуникативными паттернами и стратегиями иных культур;

3) отработать навыки межкультурного взаимодействия, включая применение невербальных средств; сравнительного анализа особенностей менталитета и коммуникации различных культур, проведения исследования особенностей коммуникации методом включенного наблюдения;

4) содействовать пониманию студентами этапов и тенденций развития отечественного и мирового культурного процесса; формированию навыков исследования процесса развития отечественной и мировой культуры, отслеживания новейших тенденций в этой сфере; анализа достижения отечественной и мировой культуры, а также их использования при подготовке текстов в области рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- УК-5: способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;

- ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- *Знать* особенности менталитета и этикета различных культур; теории межкультурной коммуникации, а также основные принципы построения коммуникации в различных культурах; ценности, нормы, ролевые структуры, коммуникативные модели основных деловых культур; этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса, достижения отечественной и мировой культуры.

- *Уметь* анализировать и сравнивать особенности менталитета и коммуникации различных культур; пользоваться полученными знаниями о культурном разнообразии для решения задач межкультурного взаимодействия; вживаться в другую культуру, вести себя в соответствии с нормами и правилами чужой культуры и налаживать межличностные отношения с представителями основных деловых культур; искать и находить информацию об этапах и тенденциях развития отечественного и мирового культурного процесса, анализировать достижения отечественной и мировой культуры.

- *Владеть* навыками проведения исследования особенностей коммуникации методом включенного наблюдения; стратегиями и тактиками общения в мультикультурной среде; ценностями, нормами, ролевыми структурами и коммуникативными моделями основных деловых культур; навыками исследования процесса развития отечественной и мировой культуры, а также учиться отслеживать новейшие тенденции в этой сфере, навыками использования достижений отечественной и мировой культуры при подготовке текстов в области рекламы и связей с общественностью.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.
Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой теории и практики общественных связей.

Цель дисциплины: овладение студентами основами коммуникативных знаний, необходимых для реализации аналитических навыков в области рекламы и связей с общественностью.

Задачи:

1) обеспечить понимание основ профессиональной деятельности: профессиональных стандартов, общей методологии деятельности, а также новых технологий в области рекламы и связей с общественностью;

2) сформировать готовность студентов использовать полученные в рамках курса знания для анализа и развития коммуникативной политики компании;

3) создать условия для овладения студентами техническими средствами и программным обеспечением в области рекламы и связей с общественностью, а также основными цифровыми инструментами для реализации коммуникативной стратегии компании.

Дисциплина направлена на формирование следующей общепрофессиональной компетенции:

УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;

ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.

Знать: основные проблемы взаимодействия общественных и государственных институтов; основные тенденции развития общественных и государственных институтов; глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; новые технологии в области рекламы и связей с общественностью.

Уметь: выявлять причинно-следственные связи внутри социальных систем; анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов; использовать полученные в рамках курса знания для анализа коммуникативной политики компании; владеть техническими средствами и программным обеспечением в области рекламы и связей с общественностью.

Владеть: методиками выявления причинно-следственных связей, возникающих в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов; технологиями использования результатов проведенного анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; навыками развития коммуникативной политики компании; основными цифровыми инструментами для реализации коммуникативной стратегии компании; основными цифровыми инструментами для реализации коммуникативной стратегии компании.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачет с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Разработка и реализация коммуникационной стратегии» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – выработать у студентов системный научный и практически ориентированный взгляд на современную рекламную деятельность, дать понимание основных принципов организации коммуникационного процесса, сформировать знания о тенденциях развития рекламного рынка в меняющейся экономической, медийной и социокультурной среде.

Задачи дисциплины:

- сформулировать понятийный аппарат, необходимый для изучения дисциплины «Разработка и реализация коммуникационной стратегии»;
- обосновать роль и место коммуникационной стратегии в планировании кампании;
- изучить элементы коммуникационной стратегии;
- рассмотреть принципы и методы оценки эффективности коммуникационной стратегии.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- . УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;
- УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;
- ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;
- ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;
- ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- роль маркетинговых коммуникаций в условиях конкурентного рынка;
- место каждого из элементов комплекса маркетинговых коммуникаций и его отличие от других элементов комплекса продвижения;
- принципы управления коммуникациями: планирование, организация, оценка их эффективности;

Уметь:

- формировать адекватные стратегии и планы коммуникативной политики предприятия;
- разрабатывать стратегии управления коммуникациями компании и брендов;
- осуществлять эффективное взаимодействие со специализированными маркетинговыми организациями в области рекламы, исследований, консалтинга.

Владеть:

- специальной терминологией;
- навыками подготовки контента коммуникативных материалов;
- системным представлением об организационной, экономической и коммуникативной составляющей процесса интеграции маркетинговых коммуникаций.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Планирование и реализация коммуникационных кампаний» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель обучения по дисциплине «Планирование и реализация коммуникационных кампаний» - сформировать целостное, законченное представление о сущности и содержании комплексной рекламной и PR-кампании, её задачах и функциях, о характере и особенностях осуществления рекламных кампаний и мероприятий, о формах и методах реализации товаров, формировании спроса, системы стимулирования, особенностях оптовой и розничной торговли, управления маркетингом на основе активного применения новейших PR-технологий, использования преимуществ комплексной рекламной и PR-кампании в процессе воздействия на целевую аудиторию.

Задачи изучения дисциплины «Планирование и реализация коммуникационных кампаний»: формирование у обучающихся научного представления о сущности и содержании комплексной рекламной и PR-кампании; раскрытие основных особенностей и главных этапов разработки комплексной рекламной и PR-кампании; ознакомление с практикой разработки и проведения комплексной рекламной и PR-кампании; выработка навыков анализа и оценки эффективности комплексной рекламной и PR-кампании.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;

УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиакоммуникации и медиапланирование» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: формирование у обучающихся навыков использования основ медиапланирования в собственной профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучить основные категории и принципы медиапланирования;
- сформировать понимание роли социологических и маркетинговых исследований в медиапланировании;
- рассмотреть основные показатели медиапланирования;
- закрепить навыки работы с данными измерения аудитории и другими информационными источниками медиапланирования;
- составить представления о сущности и структуре основных документов медиапланирования.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.

ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать :

особенности работы с информацией в профессиональной деятельности; сущность и природу факта; основы производства медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов; основы русского (иностранного) языков и иных знаковых систем.

Уметь :

анализировать, верифицировать, оценивать полноту и достаточность информации в ходе профессиональной деятельности; грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценку информации; использовать принципы производства медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности; управлять процессом подготовки востребованных обществом и индустрией медиапроектов и (или) медиапродуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.

Владеть :

навыками синтеза недостающей информации; навыками верификации фактов от мнений, интерпретаций, оценок; навыками производства медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов на всех этапах навыками понимания изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Актуальные тенденции проектирования медиасферы» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель обучения по дисциплине «Актуальные тенденции проектирования медиасферы» - сформировать целостное, законченное представление об актуальных тенденциях проектирования медиасферы.

Задачи изучения дисциплины «Актуальные тенденции проектирования медиасферы»:

формирование у обучающихся научного представления о сущности и содержании медиасферы;

раскрытие основных особенностей и главных этапов разработки медиасеры;

выработка навыков анализа и оценки эффективности проектирования медиасферы.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1.2.

ПК-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта и применяет их на практике.

ПК-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в медиасфере.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные формы знания, определения научного знания и науки как формы культуры; методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта.

Уметь: формулировать выводы как на основе наиболее обобщенного взгляда на проблему, так и последующей декомпозиции; проводить отбор методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта и применять их на практике; проводить анализ ситуации и разрабатывать проекты и кампании в медиасфере.

Владеть: информационными технологиями поиска исследовательской и библиографической информации, приемами и способами самостоятельной учебной и исследовательской поисковой деятельности; методами и инструментами для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта; методами проведения анализа ситуации и разработки проектов и кампаний в медиасфере.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Управление медиапроектами» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель обучения по дисциплине «Управление медиапроектами» - сформировать целостное, законченное представление о сущности и содержании медиапроекта, его задачах и функциях, о характере и особенностях разработки и реализации медиапроектов в современной медиасреде.

Задачи изучения дисциплины «Управление медиапроектами»:

формирование у обучающихся научного представления о сущности и содержании медиапроекта;

раскрытие основных особенностей и главных этапов разработки и реализации медиапроекта;

выработка навыков анализа и оценки эффективности медиапроекта.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2.3. Решает конкретные задачи проекта на качественном уровне и в намеченные сроки; способен адаптировать работы по проекту с учётом изменившихся обстоятельств.

УК-2.4. Применяет и обосновывает соответствующие методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла.

УК-2.5. Формирует отчетность в установленные сроки в соответствии с установленными требованиями и публично представляет результаты проделанной работы.

УК-2.6. Представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу.

ПК-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта и применяет их на практике.

ПК-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в медиасфере.

ПК-3.3. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации медиастратегии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: подходы и методы контроля отдельных этапов коммуникационного проекта; особенности управления коммуникационным проектом на различных этапах жизненного цикла; требования к формированию отчетности; особенности представления и защиты самостоятельно разработанных коммуникационных проектов; методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта.

Уметь: решать задачи обеспечения проекта в установленные сроки; прогнозировать изменения в управлении этапами коммуникационной кампании; формировать отчетную документацию по реализованному проекту; определять тип коммуникационного проекта; проводить отбор методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта и применять их на практике; проводить анализ ситуации и разрабатывать проекты и кампании в медиасфере; определять коммуникации для эффективной реализации медиастратегии.

Владеть: навыками адаптации коммуникационного проекта под изменения внешней среды; навыками изменения планов в зависимости от этапа жизненного цикла коммуникационной кампании; навыками публичного представления достигнутых результатов; навыками проведения исследовательской работы в рамках коммуникационной кампании; методами и инструментами для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта; методами проведения анализа ситуации и разработки проектов и кампаний в медиасфере; методами интеграции коммуникаций для эффективной реализации медиастратегии.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Разработка и продвижение медиапродукта» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель: обучение принципам и приемам разработки креативной стратегии медиакампании, формирование комплексного представления о специфике разработки и продвижения медиапродукта.

Задачи:

- раскрыть содержание основных понятий в области разработки и продвижения медиапродукта;
- ознакомить студентов с основными методиками анализа знаковых систем медиасообщений;
- определить понятие «медиапродукт» и основные этапы процесса его разработки и продвижения;
- познакомить студентов с базовыми моделями организации творческого процесса и методиками поиска идей для креативной концепции медиакампании и выработать навыки их применения на практике;
- дать представление об организации процесса разработки медиапродукта;
- дать представление о критериях оценки эффективности технологий и методов продвижения медиапродукта и сформировать навыки по их практическому применению.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2.6. Представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу.

ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства.

ПК-1.3 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в медиасфере.

ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

ПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

ПК-3.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПК-3.2 Формулирует целевой репутационный образ организации/компании/персоны.

ПК-3.3 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации медиастратегии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику разработки проекта любого типа, включая исследовательскую работу; функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства; принципы реализации контроля за ходом проектной работы в медиасфере; аналитические методы и инструменты, необходимые для планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта; специфику составления плана действий с учетом возможных потенциальных препятствий; специфику каналов коммуникации и имеющийся мировой и отечественный опыт; сущность и содержание понятия «репутационный образ организации/компании/персоны»; сущность и содержание интеграции коммуникации для эффективной реализации медиастратегии.

Уметь: самостоятельно разрабатывать проект любого типа, включая исследовательскую работу; осуществлять руководство линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или

коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства; регулировать и контролировать ход выполнения проектной работы в медиасфере; применять на практике аналитические методы и инструменты; определять ожидаемые результаты решения поставленных задач; создавать тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности; формировать целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны; интегрировать коммуникации для эффективной реализации медиастратегии.

Владеть: навыками представления и защиты самостоятельно разработанного проекта любого типа, включая исследовательскую работу; навыками руководителя подразделения организации в коммуникационной сфере; навыками руководства проектной работой в медиасфере; навыками целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта на основе релевантных аналитических методов и инструментов; навыками целеполагания, планирования и оценки эффективности работы; навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; методами формирования целевого репутационного образа организации/ компании/ персоны; методами интеграции коммуникации для эффективной реализации медиастратегии.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Методология и методика медиаисследований» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Целями освоения дисциплины «Методология и методика медиаисследований» являются: теоретическое и практическое овладение современной методологией исследования функционирования средств массовой информации; глубокое и всестороннее изучение методологии научных исследований в области гуманитарных наук, ее сопряженности с современными отраслями междисциплинарных исследований, открывающих общие и частные закономерности функционирования средств массовой коммуникации и массовой информации.

Задачи дисциплины:

- постижение конкретно-исторического развития научной мысли, формирование научных парадигм, сформировавших важнейшие отрасли современной науки, в том числе и гуманитарной;
- понимание специфики научного подхода к изучению различных сфер деятельности средств массовой коммуникации и массовой информации, выбора методологии исследования функций, предмета, методов формирования содержания массовых информационных потоков для научных исследований и повседневной работы журналиста;
- выработка навыка определения параметров содержания медиатекстов для использования их в научных исследованиях и профессиональной деятельности;
- закрепление представлений о легитимности и корректности использования информационных ресурсов в научной и творческой деятельности.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-6.1. Проявляет способность повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство, строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры, с опорой на методы самоменеджмента и самоорганизации.

ПК-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта и применяет их на практике.

ПК-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в медиасфере.

ПК-5.1. Формулирует концепцию научного исследования.

ПК-5.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта.

Уметь: повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство, строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры, с опорой на методы самоменеджмента и самоорганизации; проводить отбор методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта и применять их на практике; формулировать концепцию научного исследования; использовать методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации.

Владеть: методами самоменеджмента и самоорганизации; методами и инструментами для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта; алгоритмом разработки концепции научного исследования; методами качественного и количественного анализа информационного поля, методами работы с открытыми данными и большими объемами информации.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.
Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Продюсирование в медийной отрасли» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель курса – предоставление магистрам компетенций для проектирования и продвижения междисциплинарных и многопрофильных цифровых, аудиовизуальных проектов.

Задачи курса:

- формирование теоретических знаний о процессах организации и управления актуальными продуктами в условиях динамичной медийной среды в контексте российского и зарубежного опыта;
- получение практического опыта в области применения современных интернет-ресурсов для достижения профессиональных целей;
- обретение навыков гибкого управления социокультурными медийными и цифровыми проектами.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1.4. Принимает обоснованное решение, определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи.

УК-3.1. Демонстрирует способность организовать работу коллектива.

УК- 3.2. Разрабатывает стратегию работы коллектива, определяет функции участников и расставляет приоритеты; гибко изменяет стратегию работы в зависимости от ситуации.

УК-3.5. Демонстрирует способность нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива.

УК-5.1. Демонстрирует способность адаптироваться к условиям работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп.

УК-5.3. Организовывает многостороннюю коммуникацию и управляет ею.

УК-6.1. Проявляет способность повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство, строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры, с опорой на методы самоменеджмента и самоорганизации.

ПК- 1.2. Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования.

ПК-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в медиасфере.

ПК-3.2. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны.

ПК-4.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы принятия решений; основы организации коллектива; основы разработки стратегии работы коллектива; основы работы коллектива; основы работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп; основы многосторонней коммуникации; основы построения траектории личностного и профессионального роста и карьеры; основы внешних и внутренних коммуникаций; основы проектной работы в медиасфере; основами имиджологии; основы организации работы по созданию медиапродуктов, контролю их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи.

Уметь: определять обоснованное решение, определить и оценить практические последствия возможных решений задачи; организовать работу коллектива; определять функции участников и расставлять приоритеты; гибко изменять стратегию работы в

зависимости от ситуации; нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива; адаптироваться к условиям работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп; организовывать многостороннюю коммуникацию и управлять ею; повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство, строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры, с опорой на методы самоменеджмента и самоорганизации; организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в медиасфере; формулировать репутационный образ организации/ компании/ персоны; применять современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами.

Владеть: методами принятия решений и оценки практические последствия возможных решений задачи; методами и формами организации коллектива; алгоритмом разработки стратегии работы коллектива; методами и формами работы коллектива; методами адаптации к условиям работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп; методами организации многосторонней коммуникации и управления ею; методами самоменеджмента и самоорганизации; методами и формами совершенствования внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования; методами выполнения проектной работы в медиасфере; алгоритмом формулирования репутационного образа организации/ компании/ персоны; современными онлайн и офлайн технологиями выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Методика и технологии научно-исследовательской работы» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой теории и практики общественных связей.

В содержании дисциплины раскрываются цели, задачи, теоретико-методологические основания, методика и технологии научных исследований в области рекламы и связей с общественностью. Дается характеристика социальных и профессиональных потребностей в проведении исследований, рассматривается специфика рынка исследовательских и аналитических услуг. Рассматриваются основные направления и типовые ситуации прикладных исследований, изучаются и практически тестируются различные методы, формы и инструменты прикладных научных исследований. Дисциплина ориентирована на подготовку обучаемых к написанию и защите магистерской квалификационной работы.

Предмет учебного курса – методические и технологические основы прикладных научных исследований.

Цель учебной дисциплины: на основе систематизации знаний об основах прикладных исследований способствовать формированию у обучаемых интеллектуальных и практических навыков для информационно-поисковой, исследовательской и аналитической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи учебной дисциплины:

- 1) раскрыть содержание социальных и профессиональных потребностей в проведении исследований, рассмотреть специфику рынка исследовательских и аналитических услуг;
- 2) охарактеризовать основные направления научных исследований в прикладной сфере;
- 4) сформировать у студентов комплекс компетенций, связанных с применением различных методов, форм и средств прикладных научных исследований;
- 5) содействовать становлению самостоятельной методической позиции в построении и организации прикладных научных исследований.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1: способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.

ПК-5: способен разрабатывать методики выполнения аналитических работ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: организационные и коммуникативные основы построения научно-познавательной деятельности; сущность и содержание информационного поля, методы его исследования; методику научного исследования.

Уметь: на основе анализа проблемы разрабатывать концепцию научного исследования; проводить количественный анализ информационного поля; интерпретировать результаты исследования, составлять практические рекомендации и прогнозировать тенденции медиасферы.

Владеть: первичными методологическими и методическими навыками научно-познавательной деятельности, информационными технологиями поиска исследовательской и библиографической информации; логическими операциями; методикой научного исследования и представления результатов работы.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Телережиссура развлекательных программ телевидения» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цели освоения дисциплины «Телережиссура развлекательных программ телевидения» в рамках образовательной программы:

- формирование у обучающихся комплекса компетенций, обеспечивающих готовность специалиста профессионально решать задачи в области продюсирования телепроизводства;

- получение обучающимися представления о специфике телевидения, современном состоянии системы телевидения, о тенденциях профессионального журналистского творчества в области телевизионной журналистики, об организации работы современных конвергентных редакций и методах оптимизации их практической деятельности;

- понимание логики продюсирования телепрограмм.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- вооружить знаниями и пониманием места и роли телевидения, тележурналистики в современном обществе и в системе средств СМИ;

- развивать у будущих журналистов способность к профессиональной деятельности в системе тележурналистики, формировать необходимые для этого качества и навыки;

- овладеть методами организации телевидения, основами производства телепрограмм для решения практических задач;

- овладеть методами планирования и продюсирования телепередач.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ПК-1. Способен осуществлять руководство производственным отделом

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: Функционал телережиссера и продюсера проекта – от идеи до премьеры. Обязанности телережиссера и продюсера программы. Особенности работы на программных пультах режиссера (soft) и пультах типа Tree-caster.

Уметь:

- учитывать в своей социальной и профессиональной деятельности интересы и особенности поведения других членов команды.

- планировать командную работу, распределять поручения и делегировать полномочия членам команды.

- создавать материалы с учетом аудитории и изобразительно-выразительных средств, принятыми на телевидении.

Владеть:

- способами управления командной работой при решении поставленных задач;

- навыками преодоления возникающих в коллективе разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон.

- современными редакционными технологиями подготовки и выпуска контента для телепрограмм

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Продюсирование в креативных медиа» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – подготовить студента к самостоятельной профессиональной деятельности в сфере продюсирования в креативных индустриях.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть тезаурус дисциплины;
- рассмотреть понятие «креативные индустрии», изучить основные этапы индустриализации культуры;
- раскрыть особенности трансмедийного и цифрового продюсирования как вида профессиональной деятельности;
- изложить особенности музыкального продюсирования на российском и зарубежном рынках;
- рассмотреть особенности продюсирования культурных проектов: музеев, галерей, выставок;
- изучить основы продюсирования в сфере IT.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-3.2 Разрабатывает стратегию работы коллектива, определяет функции участников и расставляет приоритеты; гибко изменяет стратегию работы в зависимости от ситуации

УК-3.3 Проявляет способность мобилизовать других на достижение поставленных целей; привлекает и поддерживает талантливых участников команды; демонстрирует заботу о коллективе

УК-3.4 Принимает управленческие решения в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений

УК-3.5 Демонстрирует способность нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

УК-5.3 Организовывает многостороннюю коммуникацию и управляет ею

ПК-1 Способен осуществлять руководство производственным отделом

ПК-1.2 Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования

ПК-1.3 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в медиасфере

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы стратегирования, методики целеполагания, функции менеджмента, методики командообразования, психологию коллективного взаимодействия, основы кризисного менеджмента, технологии принятия решений в условиях неопределенности, основы психологии управления персоналом, методы разработки и принятия управленческих решений, средства повышения эффективности работы персонала, теорию коммуникации, основы управления коммуникационными процессами, технологии организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций, основы теории медиапродюсирования, технологии организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций, основы теории медиапродюсирования, технологии проектной деятельности, этапы жизненного цикла проектов, основы проектного менеджмента, методологию разработки и управления проектами.

Уметь: опираясь на знания в области стратегирования и управления формировать стратегию работы коллектива, определять функции участников и расставлять приоритеты, мобилизовать других на достижение поставленных целей; привлекать и поддерживать

талантливых участников команды; демонстрировать заботу о коллективе, принимать управленческие решения в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений, разрабатывать и принимать управленческие решения, повышать эффективность работы персонала, нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива, организовывать многостороннюю коммуникацию и управлять ею, организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования, контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в медиасфере.

Владеть: методами постановки целей, навыками планирования, аналитическими инструментами для оценки эффективности работы коллектива, методиками командообразования, навыками, позволяющими мобилизовать других на достижение поставленных целей, привлекать и поддерживать талантливых участников команды; навыками принятия управленческих решений в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений, разрабатывать и принимать управленческие решения, повышать эффективность работы персонала, нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива, методиками разработки и принятия управленческих решений, средствами повышения эффективности работы персонала, технологиями управления коммуникационными процессами, техниками организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций, технологиями организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций, практическими навыками в сфере медиапродюсирования, технологиями проектной деятельности, методиками разработки и управления проектами.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Проблема договоров в медиапроизводстве» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Содержание дисциплины включает материалы о правовом регулировании медиа, в целом и о специфике правового регулирования рекламы в РФ. Дается общее представление о правовом регулировании рекламной деятельности, информационной безопасности, ответственности в области нарушения рекламного законодательства.

Концептуальная основа дисциплины заключается в опоре на изучении права (законодательства) в области рекламы.

Цели освоения дисциплины «Проблема договоров в медиапроизводстве» являются:

- сформировать понимание роли договорных правоотношений в медиапроизводстве;
- дать представление об основах законодательства в области договорных отношений в медиапроизводстве, о правовых нормах и принципах, на которых базируются договорные отношения в медиапроизводстве, об особенностях регулирования договорных отношений в медиапроизводстве, о правах и обязанностях договаривающихся сторон, вытекающих из договорных отношений в медиапроизводстве и законодательства, о проблемах договоров в медиапроизводстве;

- обучить применению полученных в ходе курса правовых знаний и умений в профессиональной работе, защите и отстаиванию своих профессиональных прав посредством эффективной договорной деятельности, использованию инструментов договорных отношений в интересах формирования благоприятных договорных практик в медиапроизводстве.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие *задачи*:

- дать четкое представление о проблемах договоров в медиапроизводстве в современной России;

- предоставить систематизированную информацию о правовом регулировании договоров в медиапроизводстве;

- способствовать освоению содержания и смысла правовых проблем регулирования в сфере рекламы;

- раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы правовой регламентации.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ПК-1. Способен осуществлять руководство производственным отделом

ПК-3. Способен осуществлять самостоятельное написание авторских комментариев и других текстов в рамках редакционной политики.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: правовые основы своей будущей профессии, основные положения информационного законодательства, применяемые в области рекламы и связей с общественностью, основные положения договорного права в области медиатехнологий.

Уметь: анализировать положения законодательства в области заключения договоров.

Владеть: навыком составления различных договоров в медиасфере.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Аудиовизуальное продюсирование» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – подготовить студента к самостоятельной профессиональной деятельности в сфере аудиовизуального продюсирования.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть тезаурус дисциплины;
- изучить особенности современного аудиовизуального контента, его удиторию и специфику потребления;
- раскрыть основы продюсирования как вида профессиональной деятельности, востребованной на сегодняшнем медиарынке;
- изложить особенности продюсирования в аудиосредах: эфирное радио, подкасты, стриминговое аудиовещание;
- рассмотреть особенности продюсирования на телевидении, ознакомиться с понятием формата и основными подходами к созданию оригинальных форматов телевизионной продукции;
- изучить основы продюсирования документального и игрового кино.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-3.2 Разрабатывает стратегию работы коллектива, определяет функции участников и расставляет приоритеты; гибко изменяет стратегию работы в зависимости от ситуации

УК-3.3 Проявляет способность мобилизовать других на достижение поставленных целей; привлекает и поддерживает талантливых участников команды; демонстрирует заботу о коллективе

УК-3.4 Принимает управленческие решения в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений

УК-3.5 Демонстрирует способность нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

УК-5.3 Организовывает многостороннюю коммуникацию и управляет ею

ПК-1 Способен осуществлять руководство производственным отделом

ПК-1.2 Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования

ПК-1.3 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в медиасфере

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы стратегирования, методики целеполагания, функции менеджмента, методики командообразования, психологию коллективного взаимодействия, основы кризисного менеджмента, технологии принятия решений в условиях неопределенности, основы психологии управления персоналом, методы разработки и принятия управленческих решений, средства повышения эффективности работы персонала, теорию коммуникации, основы управления коммуникационными процессами, технологии организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций, основы теории медиапродюсирования, технологии организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций, основы теории медиапродюсирования, технологии проектной деятельности, этапы жизненного цикла проектов, основы проектного менеджмента, методологию разработки и управления проектами.

Уметь: опираясь на знания в области стратегирования и управления формировать стратегию работы коллектива, определять функции участников и расставлять приоритеты,

мобилизовать других на достижение поставленных целей; привлекать и поддерживать талантливых участников команды; демонстрировать заботу о коллективе, принимать управленческие решения в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений, разрабатывать и принимать управленческие решения, повышать эффективность работы персонала, нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива, организовывать многостороннюю коммуникацию и управлять ею, организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования, контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в медиасфере.

Владеть: методами постановки целей, навыками планирования, аналитическими инструментами для оценки эффективности работы коллектива, методиками командообразования, навыками, позволяющими мобилизовать других на достижение поставленных целей, привлекать и поддерживать талантливых участников команды; навыками принятия управленческих решений в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений, разрабатывать и принимать управленческие решения, повышать эффективность работы персонала, нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива, методиками разработки и принятия управленческих решений, средствами повышения эффективности работы персонала, технологиями управления коммуникационными процессами, техниками организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций, технологиями организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций, практическими навыками в сфере медиапродюсирования, технологиями проектной деятельности, методиками разработки и управления проектами.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Правовые аспекты медиа» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Содержание дисциплины включает материалы о правовом регулировании медиа, м в целом и о специфике правового регулирования рекламы в РФ. Дается общее представление о правовом регулировании рекламной деятельности, информационной безопасности, ответственности в области нарушения рекламного законодательства.

Концептуальная основа дисциплины заключается в опоре на изучении права (законодательства) в области рекламы.

Цели освоения дисциплины «Правовые аспекты медиа» являются:

- формирование понимания роли права в демократическом обществе;
- получение представление об основах законодательства в области медиа в России и за рубежом;
- обучение применению полученные в ходе курса правовых знаний в творческой работе, защита своих профессиональных прав в интересах свободы выражения мнений, свободы творчества и развития массовой культуры.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие *задачи*:

- дать четкое представление о рекламе, специфике рекламной деятельности в современной России;
- предоставить систематизированную информацию о правовом регулировании рекламной деятельности как о совокупности норм и как о науке;
- способствовать освоению содержания и смысла правового регулирования в сфере рекламы;
- раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы правовой регламентации;
- показать возможности использования рекламы и рекламных технологий для профессиональных нужд.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.

ПК-1. Способен осуществлять руководство производственным отделом

ПК-3. Способен осуществлять самостоятельное написание авторских комментариев и других текстов в рамках редакционной политики

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: правовые основы своей будущей профессии, основные положения информационного законодательства, применяемые в области рекламы и связей с общественностью.

Уметь: анализировать положения законодательства и информационного права в целом в сфере рекламного и PR-бизнеса.

Владеть: навыком применения информационного законодательства при реализации профессиональных функций в различных профессиональных ситуациях. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: овладение студентами инструментарием применения инновационных информационно-коммуникационных технологий в медиапроизводстве в целях обеспечения эффективности профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- выработать навыки использования современных информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач;
- научить практическим навыкам применения информационных технологий в медиапроизводстве;
- привить умение самостоятельно приобретать новые знания, изучая первоисточники и используя современные информационные технологии.

Дисциплина направлена на формирование следующих *компетенций*:

УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий;

ОПК-6 – способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: актуальные информационно-коммуникационные технологии, применяемые при поиске информации; тенденции развития и количественные характеристики современных инфо-коммуникационных технологий, методы их использования в процессе медиапроизводства; качественные и количественные характеристики современных инфо-коммуникационных технологий, методы их использования в процессе медиапроизводства.

Уметь: определять характер информации, необходимой для решения стандартных коммуникационных задач; применять современные информационно-коммуникационные технологии для поиска соответствующей информации; систематизировать результаты коллективной интеллектуальной деятельности; анализировать современное состояние информационно-коммуникационных технологий для планирования, организации, управления и внедрения в процесс медиапроизводства; использовать современные информационно-коммуникационные технологии для анализа, планирования, организации, управления и внедрения в процесс медиапроизводства.

Владеть: навыками корректного использования информационно-коммуникационными технологиями; навыками поиска и отбора необходимой информации на государственном и иностранных языках; навыками систематизации результатов коллективной интеллектуальной деятельности; навыками отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; навыками внедрять в процесс медиапроизводства современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Прикладные телекоммуникационные технологии» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – обучение теоретическим основам телекоммуникационных технологий, а также приобретение практических умений и навыков ориентации и информационного обмена в современных коммуникационных сетях.

Задачи дисциплины:

- ориентация в локальных и глобальных коммуникационных сетях;
- изучение структуры сетевых протоколов;
- изучение основных телекоммуникационных служб;
- формирование у обучающихся навыков работы с клиентскими программами;
- формирование у обучающихся начальных навыков администрирования серверов.

Дисциплина направлена на формирование общепрофессиональных компетенций:

УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;

ОПК-6 – способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: параметры сетевых протоколов; базовые понятия и теоретические основы проектирования и применения телекоммуникационных систем; основы информационной безопасности в коммуникационных сетях.

Уметь: работать с современным сетевым программным обеспечением: клиентскими программами протокола передачи файлов, клиентскими программами удаленного администрирования, электронной почтой, вспомогательными программами сетевых служб; проектировать и модифицировать web-страницы и сайты

Владеть: навыками работы с программными средствами телекоммуникаций и поддержки сетевых информационных структур.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Управление медиаконтентом в творческих индустриях» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: развитие у обучающихся менеджериальных компетенций, адаптированных под запросы креативных индустрий.

Задачи дисциплины:

- сформировать понимание роли проектного управления в медиакоммуникациях;
- изучить основные технологии и инструменты управления медиаконтентом;
- закрепить навыки управления медиаконтентом в креативных индустриях.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.

ПК-2. Способен осуществлять подготовку предложений для составления творческих планов редакции/канала.

ПК-3. Способен осуществлять самостоятельное написание авторских комментариев и других текстов в рамках редакционной политики.

ПК-4. Способен организовывать работу по созданию медиапродуктов, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: особенности работы с информацией в профессиональной деятельности; сущность и природу факта; основы критического анализа и системного подхода; основы принятия решений; основы коллективной интеллектуальной деятельности; аналитические методы и инструменты для целеполагания; основы создания текстов рекламы и связей с общественностью; современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами.

Уметь: анализировать, верифицировать, оценивать полноту и достаточность информации в ходе профессиональной деятельности; грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценку информации; использовать альтернативные стратегии действий в том числе в непривычных обстоятельствах; оценивать практические последствия возможных решений задачи; оценивать результаты коллективной интеллектуальной деятельности; планировать и оценивать эффективность медиастратегии; создавать тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности; использовать современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).

Владеть: навыками синтеза недостающей информации; навыками верификации фактов от мнений, интерпретаций, оценок; навыками разработки альтернативных стратегий действий, в том числе в непривычных обстоятельствах, на основе критического анализа и системного подхода; навыками принятия обоснованного решения, определения и оценки практических последствий возможных решений задачи; навыками систематизации результатов коллективной интеллектуальной деятельности; навыками отбора аналитических методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта и применения их на практике; навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; навыками коммуникации с органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиабрендинг» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: развитие у обучающихся перспективного понимания сущности медиабрендинга и его места в структуре медиакоммуникаций.

Задачи дисциплины:

- сформировать знания относительно теории и практики брендинга;
- изучить специфику брендинга в контексте медиакоммуникаций;
- закрепить навыки диагностики и разработки медиабренда на прикладном уровне.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.

ПК-2. Способен осуществлять подготовку предложений для составления творческих планов редакции/канала.

ПК-3. Способен осуществлять самостоятельное написание авторских комментариев и других текстов в рамках редакционной политики.

ПК-4. Способен организовывать работу по созданию медиапродуктов, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: особенности работы с информацией в профессиональной деятельности; сущность и природу факта; основы критического анализа и системного подхода; основы принятия решений; основы коллективной интеллектуальной деятельности; аналитические методы и инструменты для целеполагания; основы создания текстов рекламы и связей с общественностью; современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами.

Уметь: анализировать, верифицировать, оценивать полноту и достаточность информации в ходе профессиональной деятельности; грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценку информации; использовать альтернативные стратегии действий в том числе в непривычных обстоятельствах; оценивать практические последствия возможных решений задачи; оценивать результаты коллективной интеллектуальной деятельности; планировать и оценивать эффективность медиастратегии; создавать тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности; использовать современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).

Владеть: навыками синтеза недостающей информации; навыками верификации фактов от мнений, интерпретаций, оценок; навыками разработки альтернативных стратегий действий, в том числе в непривычных обстоятельствах, на основе критического анализа и системного подхода; навыками принятия обоснованного решения, определения и оценки практических последствий возможных решений задачи; навыками систематизации результатов коллективной интеллектуальной деятельности; навыками отбора аналитических методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта и применения их на практике; навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; навыками коммуникации с органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Продюсирование цифровых проектов» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – подготовить студента к самостоятельной профессиональной деятельности в сфере продюсирования цифровых проектов.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть тезаурус дисциплины;
- рассмотреть понятие «цифровой проект», изучить основные этапы продюсирования цифрового проекта;
- раскрыть особенности цифрового продюсирования как вида профессиональной деятельности;
- изучить основы продюсирования в сфере IT.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-3.2 Разрабатывает стратегию работы коллектива, определяет функции участников и расставляет приоритеты; гибко изменяет стратегию работы в зависимости от ситуации

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

УК-5.3 Организовывает многостороннюю коммуникацию и управляет ею

ПК-1 Способен осуществлять руководство производственным отделом

ПК-1.2 Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования

ПК-1.3 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в медиасфере

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы стратегирования, методики целеполагания, функции менеджмент; теорию коммуникации, основы управления коммуникационными процессами; технологии организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций, основы теории медиапродюсирования; технологии проектной деятельности, этапы жизненного цикла проектов, основы проектного менеджмента, методологию разработки и управления проектами.

Уметь: опираясь на знания в области стратегирования и управления формировать стратегию работы коллектива, определять функции участников и расставляет приоритеты; опираясь на знания организовывать многостороннюю коммуникацию и управлять ею; организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования; контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в медиасфере.

Владеть: методами постановки целей, навыками планирования, аналитическими инструментами для оценки эффективности работы коллектива; технологиями управления коммуникационными процессами, техниками организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций; технологиями организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций, практическими навыками в сфере медиапродюсирования; технологиями проектной деятельности, методиками разработки и управления проектами.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Организация и продюсирование телепроизводства и телевидения» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цели освоения дисциплины «Организация и продюсирование телепроизводства и телевидения» в рамках образовательной программы:

- формирование у обучающихся комплекса компетенций, обеспечивающих готовность специалиста профессионально решать задачи в области продюсирования телепроизводства;

- получение обучающимися представления о специфике телевидения, современном состоянии системы телевидения, о тенденциях профессионального журналистского творчества в области телевизионной журналистики, об организации работы современных конвергентных редакций и методах оптимизации их практической деятельности;

- понимание логики продюсирования телепрограмм.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- вооружить знаниями и пониманием места и роли телевидения, тележурналистики в современном обществе и в системе средств СМИ;

- развивать у будущих журналистов способность к профессиональной деятельности в системе тележурналистики, формировать необходимые для этого качества и навыки;

- овладеть методами организации телевидения, основами производства телепрограмм для решения практических задач;

- овладеть методами планирования и продюсирования телепередач.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

ПК-1. Способен осуществлять руководство производственным отделом

УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы стратегирования, методики целеполагания, функции менеджмент; теорию коммуникации, основы управления коммуникационными процессами; технологии организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций, основы теории медиапродюсирования; технологии проектной деятельности, этапы жизненного цикла проектов, основы проектного менеджмента, методологию разработки и управления проектами.

Уметь: опираясь на знания в области стратегирования и управления формировать стратегию работы коллектива, определять функции участников и расставляет приоритеты; опираясь на знания организовывать многостороннюю коммуникацию и управлять ею; организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования; контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в медиасфере.

Владеть: методами постановки целей, навыками планирования, аналитическими инструментами для оценки эффективности работы коллектива; технологиями управления коммуникационными процессами, техниками организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций; технологиями организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций, практическими навыками в сфере медиапродюсирования; технологиями проектной деятельности, методиками разработки и управления проектами.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Создание сетевых медиапродуктов» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – подготовить студента к самостоятельной профессиональной деятельности в сфере продюсирования сетевых медиапродуктов.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть тезаурус дисциплины;
- рассмотреть понятие «сетевой медиапродукт», изучить основные этапы продюсирования сетевого медиапродукта;
- раскрыть особенности цифрового продюсирования как вида профессиональной деятельности;
- изучить основы продюсирования в сфере IT.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-3.2 Разрабатывает стратегию работы коллектива, определяет функции участников и расставляет приоритеты; гибко изменяет стратегию работы в зависимости от ситуации

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

УК-5.3 Организовывает многостороннюю коммуникацию и управляет ею

ПК-1 Способен осуществлять руководство производственным отделом

ПК-1.2 Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования

ПК-1.3 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в медиасфере

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы стратегирования, методики целеполагания, функции менеджмент; теорию коммуникации, основы управления коммуникационными процессами; технологии организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций, основы теории медиапродюсирования; технологии проектной деятельности, этапы жизненного цикла проектов, основы проектного менеджмента, методологию разработки и управления проектами.

Уметь: опираясь на знания в области стратегирования и управления формировать стратегию работы коллектива, определять функции участников и расставляет приоритеты; опираясь на знания организовывать многостороннюю коммуникацию и управлять ею; организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования; контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в медиасфере.

Владеть: методами постановки целей, навыками планирования, аналитическими инструментами для оценки эффективности работы коллектива; технологиями управления коммуникационными процессами, техниками организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций; технологиями организации эффективных внутренних и внешних коммуникаций, практическими навыками в сфере медиапродюсирования; технологиями проектной деятельности, методиками разработки и управления проектами.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины «Иностранный язык в профессиональной деятельности»: формирование у студентов необходимой коммуникативной языковой компетенции, а также высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения.

Такая профессиональная подготовка предполагает формирование у студентов способности и готовности к межкультурной коммуникации, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в профессионально-коммуникативной, научно-исследовательской, экспертно-аналитической, редакционно-издательской и культурно-просветительской деятельности.

Задачи дисциплины:

- развить умение письменного (чтение, письмо) и устного (говорение, аудирование) иноязычного общения;
- уметь собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные на иностранном языке, необходимые для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным, научным и этическим проблемам;
- овладеть навыками публичной речи и аргументации для ведения дискуссии;
- научиться анализировать тексты профессионального и социально значимого содержания, аннотировать и реферировать научную литературу;
- научиться строить свое речевое и неречевое поведение в соответствии с социокультурной спецификой страны изучаемого языка;
- овладеть навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности.

Развивающая цель обучения предполагает такую организацию обучения иностранному языку, когда учитываются интересы, индивидуально-личностные особенности и потребности обучаемого, когда студент выступает как полноправный участник процесса обучения, построенного на принципах сознательного партнерства и взаимодействия с другими студентами и с преподавателем. Это ведет к интеллектуальному развитию личности студента, овладению им определенными когнитивными приемами для осуществления познавательной коммуникативной деятельности, формированию социально-личностных компетенций, развитию самостоятельности студента, его творческой активности, организованности, личной ответственности за результат обучения, умению работать в команде. Воспитательной целью при обучении иностранному языку является формирование у студента мировоззрения, предполагающее уважительное отношение к духовным ценностям своей страны и общекультурным ориентирам.

В результате освоения материала обучающийся должен:

Знать:

- составные элементы творческого потенциала человека, основные направления профессионального саморазвития, самореализации;
- специфику артикуляции звуков; чтение транскрипции; особенности интонации, акцентуации и ритма нейтральной (бытовой) речи в иностранном языке; особенности произношения, интонации и акцентуации, характерные для сферы профессиональной коммуникации;
- базовую нейтральную (бытовую) и терминологическую лексику;

- базовые грамматические конструкции и формы, типичные для нейтральной (бытовой) речи; грамматические конструкции и формы, присущие подъязыку специальности;

- свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы бытовой и профессиональной коммуникации;

- основные способы словообразования;

- классификацию функциональных стилей речи и основные характеристики и особенности обиходно-литературного, официально-делового, научного стилей и стиля художественной литературы;

- историю, культуру и традиции своей страны и стран изучаемого языка

Уметь:

- выделять и характеризовать проблемы собственного развития, формулировать цели профессионального и личностного развития;

- дифференцировать иноязычную лексику по сферам применения (нейтральная / бытовая, общенаучная, официально-деловая, терминологическая);

- соотносить языковые средства с конкретными повседневно-бытовыми ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;

- работать с/над текстами страноведческой, общенаучной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;

- понимать монологическую/диалогическую речь, в которой использованы наиболее употребительные лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций повседневно-бытового и профессионального общения;

- понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран.

Владеть:

- навыками приобретения умений и знаний, основными приёмами планирования и реализации необходимых видов деятельности, самооценки профессиональной деятельности; подходами к совершенствованию творческого потенциала.

- базовым набором лексики (нейтральной / бытовой, общенаучной и терминологической направленности); языком разных жанров научной и справочной литературы (статьи, монографии, бюллетени и другая документация);

- базовым набором грамматических конструкций, характерных для бытовой, общенаучной и специальной литературы;

- навыками чтения (просмотрового, ознакомительного, поискового, изучающего);

- основными видами монологического/диалогического высказывания бытового, общенаучного и профессионального характера;

- приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности;

- переводческими навыками (устный/письменный перевод текстов профессиональной направленности);

- методикой и приемами перевода (реферативного, дословного);

- навыками и методикой поиска страноведческой и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, ресурсами информационно-телекоммуникационной сети Интернет);

- письменной формой языка в рамках, обязательных для осуществления профессиональных функций и научной деятельности (написание тезисов, статей, рефератов, аннотаций, докладов, рецензий, и т.п.);

- основами публичной речи и базовыми приемами ораторского искусства.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Правовая безопасность в информационном пространстве» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой предпринимательского права.

Цель дисциплины – комплексное изучение правовой безопасности в информационном пространстве, в том числе особенностей регламентации различных областей деятельности и юридической защиты в киберпространстве.

Задачи дисциплины:

- получение знаний о правовой безопасности в информационном пространстве, включая особенности регламентации отдельных областей деятельности и специфики мер правовой защиты в киберпространстве.

- формирование умений и навыков, позволяющих реализовывать меры правовой защиты в информационном пространстве.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные этапы развития информационной безопасности; систему законодательства об информационной безопасности и ответственность за его нарушение; систему мер правовой защиты в информационном пространстве в различных областях (сферах) деятельности.

Уметь: применять нормы законодательства для осуществления правовой защиты в информационном пространстве.

Владеть: знаниями законодательства в сфере информационного пространства; знаниями по соблюдению информационной безопасности; специальными навыками правовой защиты в информационном пространстве.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Современные тренды экономики потребления» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой теоретической и прикладной экономики.

Цель дисциплины – знакомство слушателей с основными классификационными подходами в построении моделей поведения потребителей, факторами, влияющими на процесс принятия решений, а также с современными трендами экономики потребления.

Задачи дисциплины:

- Изучить механизмы формирования поведения потребителей;
- Проанализировать современные тренды экономики потребления;
- Освоить методы сбора информации о потребительском поведении;
- Дать оценку факторов, влияющих на потребительское поведение;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные методы критического анализа;
- методологию системного подхода;
- содержание основных направлений теории поведенческой экономики;

Уметь:

- выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления;
- осуществлять поиск решений проблемных ситуаций на основе действий, эксперимента и опыта;
- производить анализ явлений и обрабатывать полученные результаты;
- формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам поведенческой экономики

Владеть:

- технологиями выхода из проблемных ситуаций, навыками выработки стратегии действий;
- навыками критического анализа;
- навыками анализа поведения людей.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Социальное предпринимательство и проектный менеджмент» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой государственного и муниципального управления.

Цель дисциплины – формирование знаний, умений и навыков в области социальной предпринимательской и проектной деятельности с ориентиром на реалии Российской Федерации.

Задачи:

- ознакомление с лучшим международным и российским опытом ведения бизнеса в социальной сфере;
- обучение бизнес-планированию, основам проектного управления;
- получение знаний в области правовых и финансовых основ бизнеса и государственных программах поддержки малого и среднего бизнеса и социального предпринимательства.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные понятия из области социального предпринимательства и проектного менеджмента; основные подходы к организации проектной деятельности в Российской Федерации и в мире.

Уметь: предлагать и разрабатывать концепцию социальных проектов для решения социальной проблемы или уменьшения ее остроты; определять перспективы экономической устойчивости социальных проектов

Владеть навыками планирования, разработки и создания социального бизнеса или проекта.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Визуальная культура XX-XXI вв.: подходы и интерпретации» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью МУНЦ «Высшая школа европейских культур».

Цель дисциплины – комплексное изучение различных видов культурных объектов в разных контекстах и взаимосвязях, анализ информационных ресурсов по тематике исследования, а также свободное овладение методами обработки, анализа и синтеза научной информации.

Задачи:

- изучение визуальных основ и практик 20-21 вв.;
- приобретение навыков анализа и интерпретации визуальной культуры;
- приобретение навыка критического анализа объектов и текстов визуальной культуры от фотографий и кинематографа заканчивая архитектурой и инсталляциями, работе с исследовательской литературой и с источником.

Дисциплина реализуется в формате онлайн-курса на платформе РГГУ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать широту и вариативность исследовательского, методологического инструментария, сформулированного в современном гуманитарном знании и применяемого для анализа различного по характеру современного и актуального визуального материала.

Уметь анализировать визуальные тексты разного типа и жанров, овладеть исследовательскими подходами и навыками интерпретаций.

Владеть комплексом идей и концепций, возникших в визуальной культуре XX-XXI вв. в рамках различных художественных течений и практик модерна и постмодерна.