

ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Медиапродюсирование и медиаменеджмент по направлению 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Образовательная программа реализуется в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 527, с изменениями и дополнениями от: 26 ноября 2020 г., 8 февраля 2021 г., 19 июля 2022 г., 27 февраля 2023 г).

Профессиональная деятельность, к выполнению которой будет готов выпускник

Программа бакалавриата направлена на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности, соответствующей требованиям профессиональных стандартов:

- «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (код 06.009);
- «Корреспондент средств массовой информации» (код 11.003);
- «Специалист по производству телерадиовещательных средств массовой информации» (код 11.005).

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых могут осуществлять профессиональную деятельность выпускники, освоившие программу бакалавриата:

- связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);
- средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);
- сфера медиакоммуникаций.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

При освоении образовательной программы обучающийся готовится к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- проектный;
- авторский
- организационный.

В процессе обучения формируются такие трудовые навыки, как:

- планирование мероприятий по продвижению медиапродукции;
- планирование расходов на проведение мероприятий по продвижению медиапродукции;
- разработка стратегии маркетинга и комплекса маркетинговых коммуникаций в сфере медиа;
- анализ большого объема информации с использованием современных инфокоммуникационных технологий (ИКТ) и средств связи;
- разработка общей концепции и планированию деятельности редакции;
- согласование и внедрение маркетинговой стратегии, включая ценовую политику и формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению

медиапродукции;

- представление проектов управленческих решений по продвижению медиапродукции руководству;
- проведение интервью и опросов;
- организация работы съемочной группы;
- освещение событий в прямом эфире и он-лайн трансляциях сетевых СМИ как по заданию редакции и собственной инициативе.

Профессиональная деятельность выпускников направлена на коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; формирование и удовлетворение потребительского спроса на медиапродукцию; создание и сопровождение медиапроектов, в том числе в продвижение и распространение медиапродукции; распространение информации, реклама коммуникационных продуктов, информационная поддержка медиапроектов, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции традиционных и онлайн-СМИ и массовых коммуникаций.

Выпускники могут трудоустроиться как специалисты служб рекламы, PR-агентств, медиаагентств на такие должности, как:

- Медиапродюсер
- Продакт-менеджер
- Режиссер клубных мероприятий
- Режиссер мультимедийных проектов
- Редактор теле/радио программ
- Менеджер онлайн-медиапроектов/СМИ рекламе
- PR-менеджер
- Event-менеджер
- Продюсер теле/радио передач
- Арт-директор
- Креативный директор
- Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ в он-лайн и оффлайн среде
- Аккаунт-менеджер
- Трафик-менеджер
- SMM-менеджер

Цифровые навыки, которыми будет владеть выпускник:

- мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации;
- создание и управление информационными медиаресурсами в сети Интернет в сфере массовых коммуникаций;
- управление информационными медиаресурсами в сети Интернет в сфере массовых коммуникаций;
- применение информационных технологий в распространении информации, рекламы коммуникационных продуктов, информационной поддержки медиапроектов;
- производство и распространение видеоконтента в сети Интернет, контроль правильности работы RSS-каналов и механизмов кросспотинга;
- производство и распространение аудиовизуальной информации;
- модерация обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях.

Форма обучения и соответствующий ей срок реализации программы, возможности и условия сокращения периода обучения: очная форма, 4 года.

Объем программы – 240 з.е. (по 60 з.е. на каждый год обучения). Объем программы

бакалавриата, реализуемый за один учебный год при ускоренном обучении, – не более 80 з.е.

Уникальность образовательной программы

Начиная с первого курса студенты работают над коллективными проектами во всероссийских конкурсах «Культурный метод», «Социальный код», «Медиакод», «Креативная лига».

Руководитель образовательной программы – Юмашева Ирина Александровна, к.пед.н, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций.

Партнер образовательной программы

Базы практик:

- пресс-службы и PR-департаменты органов государственной власти и местного самоуправления;
- информационные агентства, теле- и радиокomпании Санкт-Петербурга;
- НКО и коммерческие организации;
- Рекламные, коммуникационные и консалтинговые агентства.

Содержание и условия реализации программы

Программа реализуется на русском языке.

Основные дисциплины программы представлены дисциплинами общегуманитарной подготовки (Философия, Иностранный язык, История (История России, Всеобщая история), Культурология, История и теория культуры и медиа, Социология, Основы финансовой грамотности, Основы экономики, Политология и др.), общепрофессиональной подготовки (Основы теории коммуникации, Медиамаркетинг и медиаменеджмент, Редактирование и копирайтинг, Правовые основы медиапроизводства, Основы теории коммуникаций; Психология массовой коммуникации, Медиаэкономика, Информационные технологии в медиасреде, Основы продюсирования), профильными дисциплинами (Аудиовизуальное продюсирование, Теле- и радио- медиапроекты, Производство видеоконтента, Производство и распространение аудиовизуальной информации, Компьютерное редактирование и верстка, Исследование медиа аудиторий, Организация работы коммуникационных агентств и редакций, Медиакритика, Бизнес-моделирование в медиа, Продюсирование медиапроектов, Социальные медиа и управление сообществами, Проектный менеджмент в медиасреде) курсами по выбору (Лаборатория медиадизайна(творческие студии)// Лаборатория контент-менеджмента (творческиестудии), Digital-коммуникации// Блогинг как технология интернет-коммуникаций, Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты// Цифровое общество и управление цифровой репутацией) и факультативами (Антикризисный пиар, Разработка медийных интернет - проектов).

Основные спикеры программы: Юмашева Ирина Александровна, Гришанин Никита Владимирович, Раменский Петр Александрович, Глуценко Олеся Анатольевна, Левина Светлана Александровна, Низовцева Наталья Федоровна, Сосновская Анна Михайловна, Трифонов Олег Игоревич, Чечулин Алексей Викторович, Кузьмина Екатерина.

Образовательные технологии: проектные технологии обучения, лично-ориентированные технологии обучения, технологии сотрудничества, сочетание технологий традиционного обучения (объяснительно-иллюстративное обучение) и технологий модульного обучения (при выполнении проекта).

Основная площадка обучения: факультет социальных технологий Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Каменноостровский пр., д.66, л. А.)

Курсы цифрового блока:

- Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты
- Цифровое общество и управление цифровой репутацией
- Компьютерное редактирование и верстка

Доля цифровой компоненты:

Всего на электронное обучение предусмотрено 180 часа (108 часа в основной части программы и 72 часа в курсах по выбору), что составляет 2,31% от общего количества часов.

Выпускные квалификационные работы выполняются в формате индивидуальных учебно-научных исследований и стартапов.

Возможности получения дополнительной квалификации в период реализации программы

Начиная со второго курса у студентов есть возможность освоить курсы-майоры с получением диплома РАНХиГС о профессиональной переподготовке:

- Web-проектирование и дизайн
- Брендинг с нуля
- Деловая журналистика (Бизнес-журналистика)
- Мастерская психологического консультирования
- Основа создания личного бизнеса
- Пресс-центр
- Создание документального теле- и кинофильма
- Спортивная журналистика
- Цифровые коммуникации