

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.01.01 «История России»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.01.01 «История России» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код компонента компетенции</b>	<b>Наименование компонента компетенции</b>
УК -5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	способен оценивать актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность с учетом этнических и религиозных особенностей целевой аудитории
		УК -5.2	способен готовить предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, для корректировки стратегии продвижения любых СМИ, а также формировать требования к создаваемому сценарному материалу с учетом социально-исторического, этического и философского контекста

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия</b>	<b>Код компонента компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
	УК -5.1	На уровне знаний: 1) способен знать основные события истории России, определяющие её место во всемирной истории. На уровне умений: 1) способен находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа. На уровне навыков: 1) способен подбирать темы для исследовательской деятельности, освещать исторические события; 2) способен находить актуальные исторические примеры для организации и проведения рекламных кампаний.
	УК-5.2	На уровне знаний: 1) способен знать основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации. На уровне умений: 1) способен изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники исторической информации. На уровне навыков: 1) способен анализировать информацию из различных источников, определять степень её достоверности; 2) способен анализировать социально значимые процессы и явления.

**Объем дисциплины:** 4 ЗЕ (144 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	История как наука и учебная дисциплина
Тема 2	Образование и становление Древнерусского государства
Тема 3	Политическая раздробленность русских земель и княжеств в начале XII – первой половине XIII века и борьба народов Руси с ордынскими захватчиками и крестоносцами
Тема 4	Русь между Западом и Востоком в XIII–XV веках
Тема 5	Россия на рубеже XVI–XVII веков
Тема 6	Причины и последствия «Смутного времени»
Тема 7	Внутренняя и внешняя политика первых Романовых
Тема 8	Расцвет российской средневековой цивилизации в XVI–XVII веках
Тема 9	Становление Российской империи в конце XVII – начале XVIII века
Тема 10	Российская империя во второй половине XVIII в. Просвещенный абсолютизм Екатерины Великой
Тема 11	Внутренняя и внешняя политика России в XIX веке
Тема 12	Общество и структура повседневности. Культура России XVIII–XIX веков
Тема 13	Российская империя в европейских кризисах начала XX века. Русско-японская война (1904–1905 гг.)
Тема 14	Первая мировая война. Революции 1917 г. в России
Тема 15	Гражданская война в России
Тема 16	Советское государство в годы социалистического строительства
Тема 17	СССР в годы Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.)
Тема 18	СССР в 1945–1991 гг. и переломный период в истории России
Тема 19	Культура СССР
Тема 20	Россия в конце XX – начале XXI века

**Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. Дворниченко, А. Ю., Кашенко, С. Г., Флоринский, М. Ф. История России до 1917 года : учебник для акад. бакалавриата [Электронный ресурс]. – М.: Юрайт, 2017. – 453 с.
2. Зуев, М. Н., Лавренов, С. Я. История России : учебник и практикум для прикладного бакалавриата [Электронный ресурс]. – М.: Юрайт, 2017. – 545 с.
3. История России : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / под ред. Д. О. Чуракова, С. А. Саркисяна [Электронный ресурс]. – М.: Юрайт, 2019. – 462 с.
4. Кириллов, В. В. История России : в 2 ч. : Ч. 1 : До XX века : учебное пособие для академического бакалавриата [Электронный ресурс]. – М.: Юрайт, 2018. – 352 с.
5. Кириллов, В. В. История России : в 2 ч. : Ч. 2 : XX век – начало XXI века : учебное пособие для академического бакалавриата [Электронный ресурс]. – М.: Юрайт, 2018. – 257 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.02.02 «Всеобщая история»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.02.02 «Всеобщая история» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код компонента компетенции</b>	<b>Наименование компонента компетенции</b>
УК -5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	способен оценивать актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность с учетом этнических и религиозных особенностей целевой аудитории
		УК -5.2	способен готовить предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, для корректировки стратегии продвижения любых СМИ, а также формировать требования к создаваемому сценарному материалу с учетом социально-исторического, этического и философского контекста

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	УК -5.1	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• всеобщая история и основы международной политики;</li> <li>• основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;</li> <li>• изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов;</li> <li>• подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов;</li> <li>• принимать оперативные обоснованные решения;</li> <li>• определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ.</li> </ul>
	УК-5.2	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• всеобщая история и основы международной политики.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации;</li> <li>• планировать освещение значимых событий;</li> <li>• выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте;</li> <li>• анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле;</li> <li>• анализировать социально значимые процессы и явления.</li> </ul>

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Раннее Новое время
Тема 2	Реформация и процессы конфессионализации в Западной Европе в Новое время
Тема 3	Старый порядок в Европе и Великая Французская революция
Тема 4	«Долгий XIX в.» в Западной Европе и Северной Америке
Тема 5	Первая мировая война и революции в начале XX в.
Тема 6	Европа в межвоенный период 1919-1939 гг.
Тема 7	Великая депрессия. «Новый курс» Ф. Рузвельта в США
Тема 8	Вторая мировая война. Восстановление Европы и начало Холодной войны
Тема 9	Американский мир после Второй мировой войны
Тема 10	Формирование единой Европы: от проекта к реальности

**Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой в форме устного собеседования по вопросам билета.

**Основная литература:**

1. Касьянов В.В. История культуры: учебник для академического бакалавриата. – М.: Издательство Юрайт, 2016. <https://www.biblio-online.ru/book/B8986CBE-FA6D-4DC2-87157769255E8F7F>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.02 «Философия»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.01 «Философия» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК -1.1	способен осуществлять аналитическую обработку любой информации по разным источникам, а также определять степень достоверности информации и важность значимого события
		УК-1.2	способен применять системный подход для решения поставленных задач в профессиональной деятельности

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	УК-1.1 УК-1.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в киноиндустрии;</li> <li>• основные понятия и концепции философии;</li> <li>• основные понятия и философские концепции;</li> <li>• <i>связь философии с социальной практикой</i> при организации рекламной кампании.</li> </ul> <p>На уровне умений и навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле;</li> <li>• анализировать социально значимые процессы и явления;</li> <li>• выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями;</li> <li>• выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте;</li> <li>• изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов;</li> <li>• использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии;</li> <li>• находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации;</li> <li>• определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ.</li> <li>• планировать освещение значимых событий;</li> <li>• подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов;</li> <li>• прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта.</li> </ul>

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Картины мира и факторы, влияющие на познание
Тема 2	Роль информации и медиа в жизни общества
Тема 3	Научное познание: способы получения знания
Тема 4	Научное познание: его инструменты и организационные структуры
Тема 5	Научное познание: понятие и теория истины
Тема 6	Научное познание и критика рациональности: парадигмы, научные империализмы и критика науки как института
Тема 7	Представления об обществе: идеологии и их критика, наука как идеология
Тема 8	Основания для оценки: этические и эстетические категории

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. Воронцов, Е. А. Введение в античную философию : учебное пособие / Е.А. Воронцов. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 201 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1200562. - ISBN 978-5-16-016623-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1200562>
2. Матяш, Т. П., Основы философии : учебник / Т. П. Матяш, В. П. Яковлев, Л. В. Жаров, ; под ред. В. П. Кохановского. — Москва : КноРус, 2023. — 230 с. — ISBN 978-5-406-10359-3. — URL: <https://book.ru/book/944970>
3. Балашов, Л. Е. Занимательная философия : учебное пособие / Л. Е. Балашов. - 9-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 452 с. - ISBN 978-5-394-05232-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1923200>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.03 «Иностранный язык»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.03 «Иностранный язык» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
УК -4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1	способен осуществлять устную и письменную коммуникацию на иностранном языке; осуществлять мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации
		УК-4.2	способен модерировать сообщения и комментарии пользователей; обрабатывать информацию о новых товарах и услугах, другие материалы для актуализации (пополнения) сайта новыми сведениями; определять необходимость редакторской и корректорской обработки текста.
УК -5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	способен соотносить межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
		УК-5.2	способен решать задачи профессиональной деятельности на основе восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; определять необходимость редакторской и корректорской обработки текста.

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> <i>(при наличии профстандарта)/</i> трудовые или профессиональные действия	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	УК -4.1 УК -4.2	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• базовый уровень знания иностранного языка.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• читать и переводить литературу по специальности (изучающее, ознакомительное, просмотровое и поисковое чтение);</li> <li>• писать тексты литературным, техническим и рекламным языком;</li> <li>• осуществлять навигацию по различным веб-ресурсам, регистрироваться на сайте;</li> <li>• владеть различными методами поиска информации в Интернет (по ключевым словам, с помощью каталогов);</li> <li>• работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.</li> </ul>

	УК -5.1 УК -5.2	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• большой словарный запас; высокий уровень знания иностранного языка.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• писать тексты литературным, техническим и рекламным языком;</li> <li>• реферировать, аннотировать и модифицировать тексты на иностранном языке;</li> <li>• владеть текстовым редактором.</li> </ul>
--	--------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 12 ЗЕ (432 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Знакомство: Работа и учеба
Тема 2	Работа и свободное время
Тема 3	Управление проблемами
Тема 4	Путешествия/командировки
Тема 5	Здоровый образ жизни/этикет
Тема 6	Продукты и услуги
Тема 7	Люди/Харизма
Тема 8	Рынки
Тема 9	Карьера/Компании
Тема 10	Интернет/онлайн-бизнес
Тема 11	Изобретения
Тема 12	Управление стрессом
Тема 13	Маркетинг/Реклама
Тема 14	Управление персоналом
Тема 15	Конфликтное регулирование
Тема 16	Выход на рынок

**Формы промежуточной аттестации:** зачет – 1,2,3 семестры, экзамен – 4 семестр.

**Основная литература:**

1. Аитов В.Ф. Английский язык (a1-v1+): учеб. пособие для академического бакалавриата / В.Ф. Аитов, В.М. Аитова, С.В. Кади. – 13-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. (Серия: Университеты России). [Доступ в ЭБС – <https://www-biblio-online-gu.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/angliyskiy-yazyk-a1-v1437603>]
2. Куряева Р.И. Английский язык. Видо-временные формы глагола в 2 ч. Часть 1: учеб. пособие для академического бакалавриата / Р.И. Куряева. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. (Серия: Бакалавр. Академический курс). [Доступ в ЭБС – <https://www-biblio-onlineru.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/angliyskiy-yazyk-vido-vremennye-formy-glagola-v-2-chchast-1-437050>]
3. Куряева Р.И. Английский язык. Видо-временные формы глагола в 2 ч. Часть 2: учеб. пособие для академического бакалавриата / Р.И. Куряева. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. (Серия: Бакалавр. Академический курс). [Доступ в ЭБС – <https://www-biblio-onlineru.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/angliyskiy-yazyk-vido-vremennye-formy-glagola-v-2-chchast-2-437051>]
4. Невзорова Г.Д. Английский язык. Грамматика: учеб. пособие для академического бакалавриата / Г.Д. Невзорова, Г.И. Никитушкина. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019 (Серия: Бакалавр. Академический курс). [Доступ в ЭБС – <https://www-biblio-online-gu.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/angliyskiyyazyk-grammatika-434606>]



**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.04 «Безопасность жизнедеятельности»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК -8.1	Способен демонстрировать знание совокупности принципов, методов и технологий безопасности жизнедеятельности
		УК -8.2	способен демонстрировать знание основных алгоритмов поведения в целях предотвращения и в условиях чрезвычайных ситуаций, в том числе оказания доврачебной медицинской помощи

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Результаты обучения
Модуль «Здоровье и безопасность человека»	на уровне знаний: <i>способах выявления и предупреждения угроз, видах чрезвычайных ситуаций, общих правил и алгоритмов действий в нештатных и чрезвычайных ситуациях</i>
	на уровне умений <i>находить и правильно оценивать факторы опасности для личности, общества и государства, своевременно и оперативно реагировать на их возникновение</i>
	на уровне навыков <i>поддерживать условия безопасности жизнедеятельности</i>
Модуль «Основы военной подготовки»	на уровне знаний: <i>основные положения общевоинских уставов ВС РФ; организацию внутреннего порядка в подразделении; основные положения Курса стрельб из стрелкового оружия; устройство стрелкового оружия, боеприпасов и ручных гранат; предназначение, задачи и организационно-штатную структуру общевойсковых подразделений; основные факторы, определяющие характер, организацию и способы ведения современного общевойскового боя; общие сведения о ядерном, химическом и биологическом оружии, средствах его применения; правила поведения и меры профилактики в условиях заражения радиоактивными, отравляющими веществами и бактериальными средствами; тактические свойства местности, их влияние на действия подразделений в боевой обстановке; назначение, номенклатуру и условные знаки топографических карт; основные способы и средства оказания первой медицинской помощи при ранениях и травмах; тенденции и особенности развития современных международных отношений,</i>

<p><i>место и роль России в многополярном мире, основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны;</i>  <i>основные положения Военной доктрины РФ;</i>  <i>правовое положение и порядок прохождения военной службы</i></p>
<p><i>на уровне умений: правильно применять и выполнять положения общевоинских уставов ВС РФ;</i>  <i>осуществлять разборку и сборку автомата (АК-74) и пистолета (ПМ), подготовку к боевому применению ручных гранат;</i>  <i>оборудовать позицию для стрельбы из стрелкового оружия; выполнять мероприятия радиационной, химической и биологической защиты;</i>  <i>читать топографические карты различной номенклатуры;</i>  <i>давать оценку международным военно-политическим и внутренним событиям и фактам с позиции патриота своего Отечества;</i>  <i>применять положения нормативно-правовых актов</i></p>
<p><i>на уровне навыков: строевыми приемами на месте и в движении; навыками управления строями взвода;</i>  <i>навыками стрельбы из стрелкового оружия;</i>  <i>навыками подготовки к ведению общевойскового боя; навыками применения индивидуальных средств РХБ защиты; навыками ориентирования на местности по карте и без карты;</i>  <i>навыками применения индивидуальных средств медицинской защиты и подручных средств для оказания первой медицинской помощи при ранениях и травмах;</i>  <i>навыками работы с нормативно-правовыми документами</i></p>

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ Модуля ЭК	Наименование модуля
<b>Здоровье и безопасность человека</b>	
1	Здоровый образ жизни
2	Правовая грамотность
3	Экономическая безопасность
4	Риски, связанные с профессиональной деятельностью
5	Безопасное использование современных коммуникационных технологий и сети Интернет
6	Безопасность в условиях ЧС и военных действий
<b>Основы военной подготовки</b>	
7	Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации
8	Строевая подготовка
9	Огневая подготовка из стрелкового оружия
10	Основы тактики общевойсковых подразделений
11	Радиационная, химическая и биологическая защита
12	Военная топография
13	Основы медицинского обеспечения
14	Военно-политическая подготовка
15	Правовая подготовка

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме компьютерного тестирования с ДОТ.

**Основная литература:**

1. Белов, С.В. Безопасность жизнедеятельности и защита окружающей среды (техносферная безопасность) в 2 ч. Часть 2 : учебник для вузов / С. В. Белов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 362 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03239-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453160> (дата обращения: 28.07.2020).

2. Семиков, В.Л. Безопасность жизнедеятельности. Учебное пособие. ЭОР / В.Л. Семиков. – Москва : РАНХиГС, 2020. – Текст : электронный. – URL: <https://lms.ranepa.ru/course/> Режим доступа: для авторизованных пользователей.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.05 «Физическая культура и спорт»

Наименование образовательной программы: Медиапродюсирование и медиаменеджмент

Код и наименование направления подготовки: 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
УК -7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК -7.1	способен объяснять важность участия в организованных физкультурно-оздоровительных и спортивных занятиях
		УК -7.2	способен поддерживать и развивать уровень своей физической подготовленности на основе самостоятельного выбора вида физкультурно-спортивной деятельности, исходя из личных и профессиональных целей

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК -7.1 УК-7.2	<p><i>сформированы знания</i> роли и основ физической культуры в развитии человека и подготовке специалиста;</p> <p><i>сформированы умения</i> творчески использовать средства и методы физического воспитания для личностно-профессионального развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни;</p> <p><i>сформированы навыки</i> владения системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств.</p>

Объем дисциплины: 2 ЗЕ (72 ч.).

Структура дисциплины:

№	Теория физической культуры (лекции, СДО)
1	Баскетбол
2	Волейбол
3	Легкая атлетика
4	Фитнес

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного опроса по билетам, тестирование физической подготовленности.

**Основная литература:**

1. Гришина, Ю. И. Общая физическая подготовка. Знать и уметь: Учебное пособие / Гришина Ю.И. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. - 249 с. ISBN 978-5-222-16306-1. <https://znanium.com/catalog/product/908430>
2. Евсеев, Ю. И. Физическая культура: Учебное пособие / Евсеев Ю.И., - 9-е изд., стер. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. - 444 с. ISBN 978-5-222-21762-7. <https://znanium.com/catalog/product/908476>
3. Татарова, С.Ю. Физическая культура как один из аспектов составляющих здоровый образ жизни студентов / С.Ю. Татарова, В.Б. Татаров. - Москва: Научный консультант, 2017. - ISBN 978-5-9909615-6-2. <https://znanium.com/catalog/product/1023871>
4. Психология физической культуры: Учебник / Под ред. Яковлев Б.П. – Москва: Спорт, 2016. - 624 с. ISBN 978-5-906839-11-4. <https://znanium.com/catalog/product/914634>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.06 «Русский язык и культура речи»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.06 «Русский язык и культура речи» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1	способен осуществлять устную и письменную коммуникацию на иностранном языке; осуществлять мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации
		УК-4.2	способен модерировать сообщения и комментарии пользователей; обрабатывать информацию о новых товарах и услугах, другие материалы для актуализации (пополнения) сайта новыми сведениями; определять необходимость редакторской и корректорской обработки текста

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	УК-4.1	на уровне знаний: знать орфоэпические, акцентологические, лексические, морфологические и синтаксические нормы современного русского литературного языка; причины появления языковых ошибок и их виды
		на уровне умений: применять правила речевого этикета, необходимые для создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов;
		на уровне навыков: демонстрировать навыки создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов на русском языке
	УК-4.2	на уровне знаний: демонстрировать знание фонетической, грамматической, лексической структуры иностранного языка, достаточные для эффективной профессиональной коммуникации будущих журналистов
		на уровне умений: осуществлять эффективные профессиональные коммуникации будущих журналистов на иностранном языке
		на уровне навыков: демонстрировать навыки адекватного восприятия информации на иностранном языке

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Введение в предмет и задачи учебной дисциплины «Русский язык и культура речи»
Тема 2	Из истории русского языка
Тема 3	Структурные и коммуникативные свойства языка
Тема 4	Функциональные стили литературного языка
Тема 5	Культура речи: нормативный аспект
Тема 6	Коммуникативный аспект культуры речи
Тема 7	Этические нормы речевой культуры
Тема 8	Основы ораторской речи
Тема 9	Официально-деловая письменная речь

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. Абрамова Н.А. Русский язык в деловой документации. Учебное пособие. — М.: Проспект. 2020. 192 с.
2. Аксенова М. П. Русский язык по-новому. Часть 1 (уроки 1-15). — М.: Форум. 2015. 648 с.
3. Буров А. А., Лебединская В. Г. Этимология русского языка. Учебник и практикум для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. 2019. 136 с.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.07 «Право»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.07 «Право» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	способен применять актуальные правовые знания при составлении и заключении договоров на исследования в профессиональной сфере
		УК-2.2	способен обосновывать правовые последствия собственных действий или бездействия

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> (при наличии профстандарта) / трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	УК-2.1	на уровне знаний: демонстрировать понимание состояния правопорядка, правосудия на уровне умений: опираться на принципы законности исходя из общего уровня правовой культуры в обществе. на уровне навыков: оценивать реальное состояние правопорядка, правосудия с позиций законности, общего уровня правовой культуры в обществе
	УК-2.2	об основных положениях Конституции РФ; о правах и свободах человека и гражданина в РФ; о механизмах защиты прав и свобод человека в РФ; с позиций морали и этики оценивать влияние законоположений на реальную жизнь; ставить общие социальные, профессиональные цели выше личных интересов, предрассудков и предрассудков; отстаивать свою принципиальную, основанную на нормах права, морали и этики профессиональную позицию; находить и правильно выбирать законоположения, непосредственно относящиеся к тому виду деятельности, который нуждается в правовой оценке и регулировании; комментировать законодательство, руководствуясь познаниями теории права и развитой культурой правосознания; взаимодействовать с государственными органами и субъектами негосударственной сферы деятельности в решении вопросов, требующих юридической проработки; получения и сбора значимой для принятия правового решения информации; поиска и выбора законоположений, непосредственно относящихся к ситуациям, нуждающимся в правовой оценке, регулировании; установления субординации правовых норм, регулирующих журналистскую деятельность; работы с дополняющими законодательство материалами, содержащими официальное толкование законов и подзаконных нормативных актов; практического обращения в инстанции при решении профессиональных задач.

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1.	Понятие государства, признаки государства. Основные теории происхождения государства. Формы государства.
Тема 2.	Понятие и признаки права. Источники права. Система российского права. Система российского законодательства
Тема 3.	Понятие, признаки и виды правоотношений. Юридические факты.
Тема 4.	Понятие, виды и состав правонарушения. Понятие и виды юридической ответственности.
Тема 5.	Конституционное право. Конституция РФ.
Тема 6.	Основные отрасли публичного права. Уголовное право, административное право, международное публичное право
Тема 7.	Основные отрасли частного права. Гражданское право, трудовое право, семейное право, международное частное право

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. Бошно, С. В. Правоведение. Основы государства и права. Учебник / С.В. Бошно. - М.: Юрайт, 2023. - 534 с.
2. Братановский, С. Н. Правоведение. Учебник / С.Н. Братановский. - М.: Юнити-Дана, 2020. - 472 с.
3. История политических и правовых учений. Шпаргалка. - М.: РИОР, 2023. - 504 с.



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.08 «Социология»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.08 «Социология» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	способен оценивать актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность с учетом этнических и религиозных особенностей целевой аудитории
		УК -5.2	способен готовить предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, для корректировки стратегии продвижения любых СМИ, а также формировать требования к создаваемому сценарному материалу с учетом социально-исторического, этического и философского контекста

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> <i>(при наличии профстандарта)/</i> трудовые или профессиональные действия	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	УК-5.1	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ;</li> <li>• корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность;</li> <li>• основные понятия и концепции социологии.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• анализировать социально значимые процессы и явления.</li> <li>• выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте;</li> <li>• находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;</li> <li>• находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации;</li> <li>• планировать освещение значимых событий;</li> <li>• прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта;</li> <li>• формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ;</li> <li>• анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле;</li> <li>• анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных;</li> <li>• использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты.</li> </ul>
	УК-5.2	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в киноиндустрии;</li> <li>• законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность СМИ;</li> <li>• информационная специализация СМИ;</li> <li>• базовые понятия и концепции социологии.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации;</li> <li>• планировать освещение значимых событий;</li> <li>• выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте;</li> <li>• анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле;</li> <li>• анализировать социально значимые процессы и явления.</li> </ul>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Социология как наука. Что такое социальное?
Тема 2	Норма и девиация
Тема 3	Социальные различия и социальная стратификация
Тема 4	Урбанизация и исследования города
Тема 5	Гендерная идентичность и социализация
Тема 6	Этнос и этническая идентичность в социологии
Тема 7	Социологическое изучение религии
Тема 8	Конструирование социальной реальности
Тема 9	Глобализация и социальные изменения
Тема 10	Методы социологических исследований

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. Воронцов А.В., Готов М.Б., Громов И.А. История социологии 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2016. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/26464D15-1F21-4AD5-A73DD1C10159A618>
2. Верещагина, А. В., Социология : учебник / А. В. Верещагина, В. В. Ковалев, С. И. Самыгин. — Москва : КноРус, 2023. — 380 с. — ISBN 978-5-406-11104-8. — URL: <https://book.ru/book/947837>
3. Тужба, Э. Н., Социология : учебное пособие / Э. Н. Тужба. — Москва : Русайнс, 2023. — 197 с. — ISBN 978-5-466-02232-2. — URL: <https://book.ru/book/947584>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.09 «Организация добровольческой (волонтерской) (деятельности и взаимодействие с социально ориентированными некоммерческими организациями)»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.09 «Организация добровольческой (волонтерской) (деятельности и взаимодействие с социально ориентированными некоммерческими организациями)» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1	способен организовывать сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции; находить и отбирать организации для проведения социологического опроса; определять целевую аудиторию нового продукта
		УК-3.2	способен организовывать сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции; находить и отбирать организации для проведения социологического опроса; определять целевую аудиторию нового продукта

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> <i>(при наличии профстандарта)/</i> трудовые или профессиональные действия	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	УК -3.1 УК-3.2	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Основы проведения социологических исследований;</li> <li>• Принципы и методы взаимодействие с социально ориентированными некоммерческими организациями.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта;</li> <li>• находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации;</li> <li>• планировать освещение значимых событий;</li> <li>• выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте;</li> <li>• отбирать организации для проведения социологического опроса;</li> <li>• определять целевую аудиторию нового продукта;</li> <li>• анализировать социально значимые процессы и явления;</li> <li>• использовать современные информационно-коммуникационные технологии для обработки информации.</li> </ul>

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Волонтерство как ресурс личностного роста и общественного развития
Тема 2	Многообразие форм добровольческой(волонтерской) деятельности
Тема 3	Организация работы с волонтерами
Тема 4	Взаимодействие с социально-ориентированными НКО, инициативными группами, органами власти и иными организациями

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. СОБЫТИЙНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО. Учебник для вузов / Под общ. ред. Мазниченко М.А. - Сочинский государственный университет (г.Сочи), 2021 г. - 155 с. - ISBN 978-5-534-14091-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sobytiynoe-volonterstvo-467777>
2. СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО. Учебник для вузов / Сафонов В. А. - Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург)., 2020 г. - 395 с. - ISBN 978-5-534-01455-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/socialnoe-partnerstvo-450096>
3. СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Холостова Е. И., 2021г. - 755 с. - ISBN 978-5-534-11998-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/socialnaya-rabota-476497>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.10 «Основы самоорганизации и саморазвития личности»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.10 «Основы самоорганизации и саморазвития личности» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1	способен самостоятельно актуализировать и расширять знания по тематике информационных ресурсов
		УК-6.2	способен самостоятельно собирать и обрабатывать материалы для электронных рассылок

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК-6.1	знание о совокупности принципах, методах и технологиях управления саморазвитием и самоорганизации личности
		умение ориентироваться в информационных ресурсах
	УК-6.2	владение навыками актуализации и расширения знаний по тематике информационных ресурсов
		знание траекторию саморазвития умение реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования владение навыками реализации траектории саморазвития на основе принципов образования во всех сферах жизнедеятельности, и том числе в профессиональной владение навыками сбора и обработки материала для электронных рассылок

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Психические явления. Когнитивные процессы
Тема 2	Эмоционально - волевая сфера личности
Тема 3	Психические свойства личности. Темперамент и характер
Тема 4	Способности личности. Способность управлять своим временем, самоконтроль, самоорганизация
Тема 5	Профессионально-важные качества личности
Тема 6	Самосознание и саморазвитие личности

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ 3-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Нуркова В. В., Березанская Н. Б. - МГУ им. М.В. Ломоносова (г.Москва). Факультет психологии, 2021 г. - 524 с.- ISBN 978-5-534-02583-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/obschaya-psihologiya-468313>
2. ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ: ФИКСИРОВАННЫЕ ФОРМЫ ПОВЕДЕНИЯ 2-е изд. Учебное пособие для вузов / Залевский Г. В. - Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта (г. Калининград); Национальный исследовательский Томский государственный университет (г. Томск), 2021 г. - 306 с. - ISBN 978-5-534-10661-9 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/psihologiya-lichnosti-fiksirovannye-formy-povedeniya-475738>
3. ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ. ЗАКОНОМЕРНОСТИ И МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Диянова З. В., Щеголева Т. М. - Иркутский государственный университет (г. Иркутск), 2021 г. - 173 с. - ISBN 978-5-534-08187-9 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/psihologiya-lichnosti-zakonomernosti-i-mehanizmu-razvitiya-lichnosti-472951>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.11 «Антикоррупционная политика и законодательство Российской Федерации»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.11 «Антикоррупционная политика и законодательство Российской Федерации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	Способность к определению проблемы, к постановке проектного замысла и предварительному планированию проектных задач (с соответствующими расчётами и обоснованиями)
		УК-2.2	способен представлять проект по продвижению продукции любых СМИ; формировать проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции любых СМИ
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.1	способен применять актуальные правовые знания при составлении и заключении договоров на исследования в профессиональной сфере по предупреждению и противодействию экстремизму, терроризму, коррупционному поведению
		УК-10.2	способен обосновывать правовые последствия собственных действий или бездействия в профессиональной деятельности по предупреждению и противодействию экстремизму, терроризму, коррупционному поведению

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> <i>(при наличии профстандарта)/</i> трудовые или профессиональные действия	<i>Код компонента компетенции</i> <i>и</i>	<i>Результаты обучения</i>
	УК-2.1 УК-2.2 УК-10.1 УК-10.2	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>гражданское законодательство Российской Федерации;</li> <li>корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность;</li> <li>принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ;</li> <li>правила охраны труда, внутренний трудовой распорядок;</li> <li>теоретические аспекты психологии восприятия СМИ массовым сознанием, психологические аспекты изучения аудитории, психология рекламы, психология мотивов и потребностей в рекламе.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ;</li> <li>находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;</li> <li>использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные</li> </ul>

		программные продукты; • анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных.
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Социально-правовая сущность и основные признаки коррупции
Тема 2	Понятие и правовое значение антикоррупционной политики
Тема 3	Законодательная основа антикоррупционной политики
Тема 4	Создание механизма реализации антикоррупционной политики
Тема 5	Юридическая ответственность за коррупционные правонарушения
Тема 6	Особенности процедуры привлечения к юридической ответственности за коррупционные правонарушения

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. АНТИКОРРУПЦИОННАЯ ПОЛИТИКА 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Под ред. Сатарова Г.А., 2021 г. - 396 с. - ISBN 978-5-534-11757-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/antikorrupcionnaya-politika-473511>

2. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ. Учебник и практикум для вузов / Землин А. И., Землина О. М., Корякин В. М., Козлов В. В. ; Под общ. ред. Землина А.И. - Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва), 2021 г. - 197 с. - ISBN 978-5-534-09254-7 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/pravovye-osnovy-protivodeystviya-korrupcii-475023>

3. ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КОРРУПЦИИ. Учебник и практикум для вузов / Румянцева Е. Е. - Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва), 2021 г. - 267 с. - ISBN 978-5-534-00252-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/protivodeystvie-korrupcii-470294>



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.12 «Основы финансовой грамотности»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.12 «Основы финансовой грамотности» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1	способен осуществлять поиск статистической и аналитической информации по разным источникам, а также определять степень достоверности информации и важность значимого события; инициировать творческие идеи для создания новых продуктов
		УК-1.2	способен определять идею, материал для нового продукта по результатам российских и зарубежных источников информации
УК-9.1	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1	Способен использовать информационные технологии для простейших экономических расчетов

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК-1.1	знание о принципах, методах и технологиях аналитической работы
		умение определять степень достоверности информации и важность значимого события
		владение навыками инициирования творческих идей для создания новых продуктов
	УК-1.2	знание специфики разработки нового продукта с учетом финансовых основ
		умение разработать материал для нового продукта по результатам российских и зарубежных источников информации
		владение навыками реализации идеи, материала для нового продукта по результатам российских и зарубежных источников информации
	УК-9.1	знание информационных технологий
		умение работать с простейшими экономическими расчетами
		владение навыками работы с информационными технологиями для простейших экономических расчетов

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Финансовые услуги, инструменты сбережения и инвестирования
Тема 2	Кредит и кредитная недвижимость
Тема 3	Фондовый рынок
Тема 4	Основы личного финансового планирования. Налогообложение

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ ЭКОНОМИКЕ: ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ И БЕЗОПАСНОСТЬ. Учебное пособие для вузов / Айзман Р. И., Новикова Н. О. - Новосибирский государственный педагогический университет (г. Новосибирск), 2021 г. - 214 с. - ISBN 978-5- 534-11943-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/metodika-obucheniya-ekonomike-finansovaya-gramotnost-i-bezopasnost-476426>
2. ПЕРСОНАЛЬНЫЕ (ЛИЧНЫЕ) ФИНАНСЫ. Учебное пособие для вузов / Фрицлер А. В., Тарханова Е. А. - Тюменский государственный университет (г. Тюмень), 2021 г. - 127 с. - ISBN 978-5-534-14664-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/personalnye-lichnye-finansy-478219>
3. НАЛОГОВОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ. Учебник и практикум для вузов / Грундел Л. П. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2021 г. - 257 с. - ISBN 978-5-534- 11774-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/nalogovoe-konsultirovanie-446141>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.13 «Политология»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.13 «Политология» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции
УК -5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК -5.2	способен оценивать актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность с учетом этнических и религиозных особенностей целевой аудитории
		УК -5.2	способен готовить предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, для корректировки стратегии продвижения любых СМИ, а также формировать требования к создаваемому сценарному материалу с учетом социально-исторического, этического и философского контекста

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	УК -5.2	На уровне знаний: понимать значение политологии в системе социальных наук; место политики в обществе
		на уровне умений: использовать политологические знания для анализа политической ситуации
		на уровне навыков: пользоваться методами исследования политических процессов
	УК -5.2	на уровне знаний: понимать принципы функционирования современного общества, социальных, экономических, правовых, политических механизмов и регуляторов общественных процессов и отношений, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы, умение использовать полученные знания в контексте своей социальной и профессиональной деятельности.
		на уровне умений: ориентироваться в общественных, социальных и политических обстоятельствах, относящихся к сферам будущей профессиональной деятельности
		на уровне навыков: применять различные научно-политические концепции в рамках своей будущей профессиональной деятельности

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
1	Введение в политическую науку: объект и предмет политологии
2	Власть и субъекты политики
3	Политические институты
4	Политические системы
5	Политическая идеология и политическая культура
6	Политический процесс и политическое развитие
7	Введение в мировую политику

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и тестирования, собеседование по эссе.

**Основная литература:**

1. Гаман-Голутвина О.В. Сравнительная политология. [Электронный ресурс] М.: Аспект Пресс, 2015. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/57002.html> – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Государственная политика и управление в 2 ч. Часть 1. Концепции и проблемы : учебник для вузов / Л. В. Сморгунов [и др.] ; под редакцией Л. В. Сморгунова. — 2-е изд., испр. и доп. [Электронный ресурс] Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 395 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/453024> – Режим доступа: для авторизир. Пользователей.
3. Государственная политика и управление в 2 ч. Часть 2. Уровни, технологии, зарубежный опыт: учебник для вузов / А. П. Альгин [и др.] ; под редакцией Л. В. Сморгунова. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 484 с. [Электронный ресурс] — URL: <https://urait.ru/bcode/455037> – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
4. Международные отношения и мировая политика : учебник для вузов / П. А. Цыганков [и др.] ; под редакцией П. А. Цыганкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 279 с. — ISBN 978-5-534-12259-6. [Электронный ресурс] URL: <https://urait-ru.ezproxy.ranepa.ru:2443/bcode/469379> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.14 «Культурология»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.14 «Культурология» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	способен оценивать актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность с учетом этнических и религиозных особенностей целевой аудитории
		УК-5.2	способен готовить предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, для корректировки стратегии продвижения любых СМИ, а также формировать требования к создаваемому сценарному материалу с учетом социально-исторического, этического и философского контекста

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	УК -5.1 УК-5.2	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в киноиндустрии;</li> <li>• базовые понятия и концепции культурологии.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта;</li> <li>• находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации;</li> <li>• планировать освещение значимых событий;</li> <li>• выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте;</li> <li>• анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле;</li> <li>• анализировать социально значимые процессы и явления;</li> <li>• использовать современные информационно-коммуникационные технологии для обработки информации.</li> </ul>

**Объем дисциплины:** 4 ЗЕ (144 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ n/n	Наименование тем
Тема 1	Культурология как наука
Тема 2	От этимологии термина к многообразию современных концепций
Тема 3	Культура, природа, цивилизация: основные механизмы взаимодействия
Тема 4	Семиотика культуры
Тема 5	Типология культуры

Тема 6	Философско-мировоззренческие основания древнегреческой культуры
Тема 7	Символично-медитативный характер средневековой культуры
Тема 8	Гуманистические основания культуры Ренессанса
Тема 9	Диалектика рационального и иррационального в культуре Нового времени
Тема 10	Культурный плюрализм XX века

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. Дианова В.М. , Солонин Ю.Н. История культурологии: учебник для бакалавров. 3-е изд. испр. и доп. СПб, Питер, 2017.
2. Кармин А. Культурология. М.:Лань, 2017.
3. Кравченко А.И. Культурология: учебник. М.: Проспект, 2015.
4. Культурология: учебник для вузов/ под ред. Ю.И. Солонина, М.С. Кагана, 3-изд. испр. и доп. СПб, Питер, 2016.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.15 «Основы экономики»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.15 «Основы экономики» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития отечественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1	способен обрабатывать комментарии пользователей, готовить оперативные ответы, анализировать и корректировать ответы, подготовленные представителями организации, вести базы данных и отчеты по обращениям, вопросам, жалобам; анализировать ситуацию на рынке продукции любых СМИ
		ОПК-2.2	способен представлять продвигаемую продукцию любых СМИ на публичных мероприятиях; организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции любых СМИ, включая благотворительные мероприятия; вести мониторинг изменений на сайте организации, выявлять наиболее значимые обновления; модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях и совершенствовать процесс модерации
УК-9.2	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.2	способен анализировать на основании экономических показателей ситуацию на рынке продукции СМИ

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> <i>(при наличии профстандарта)/</i> трудовые или профессиональные действия	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	ОПК-2.1 ОПК-2.2 УК-9.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные понятия и концепции экономики;</li> <li>• гражданское законодательство Российской Федерации;</li> <li>• организация системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;</li> <li>• технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов конкурентов.</li> <li>• гражданское законодательство Российской Федерации;</li> <li>• основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации.</li> </ul> <p>На уровне умений и навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга;</li> <li>• осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение.</li> <li>• использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты;</li> <li>• находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами);</li> <li>• составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров;</li> <li>• выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.</li> </ul>
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Введение в экономическую теорию. Место и роль экономики в общественной жизни
Тема 2	Общие основы экономического развития
Тема 3	Микроэкономика. Рыночная система: спрос и предложение
Тема 4	Поведение потребителя в рыночной экономике
Тема 5	Структура рынка и конкурентная стратегия
Тема 6	Рынки факторов производства
Тема 7	Макроэкономика. Национальная экономика: макроэкономические показатели. СНС
Тема 8	Совокупный спрос и совокупное предложение. Макроэкономическое равновесие
Тема 9	Денежный рынок: спрос на деньги, предложение денег, равновесие на денежном рынке. Банковская система
Тема 10	Макроэкономическая нестабильность: экономические циклы, безработица, инфляция

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен с оценкой в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. Гончаренко Л.П. Экономическая безопасность. – М.: Юрайт, 2016. – <https://biblionline.ru/book/E2A2CC34-EC3A-4FD1-8D33-A0BCDF64C282>
2. Ивашковский С.Н. Экономика для менеджеров. Микро- и макроуровень. Учебное пособие. – М.: Изд. дом "Дело" РАНХиГС, 2014. – [https://e.lanbook.com/book/74836#book\\_name](https://e.lanbook.com/book/74836#book_name)
3. Сергеев И.В. Экономика предприятия. – М.: Юрайт, 2016. – <https://biblionline.ru/book/BB2A6183-7BD3-43CE-A375-03D7AA775278>



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.16 «Введение в профессию»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.16 «Введение в профессию» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1	способен самостоятельно актуализировать и расширять знания по тематике информационных ресурсов
		УК-6.2	способен самостоятельно собирать и обрабатывать материалы для электронных рассылок

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК-6.1	знание о совокупности принципах, методах и технологиях управления временем
		умение ориентироваться в системах моделях и методах управления временем
		владение навыками системного применения принципов, методов и технологий управления временем
	УК-6.2	знание траекторию саморазвития
		умение реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования
		владение навыками реализации траектории саморазвития на основе принципов образования во всех сферах жизнедеятельности, и том числе в профессиональной

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Коммуникация как способ передачи информации и взаимодействия людей
Тема 2	Коммуникативная компетентность современного медиаспециалиста
Тема 3	Научные основы теории коммуникации
Тема 4	История коммуникаций Древнего мира и периода Средневековья
Тема 5	История коммуникаций Нового времени
Тема 6	Виды коммуникации
Тема 7	Каналы коммуникации
Тема 8	Современные медиа как коммуникация
Тема 9	Специфика профессиональной деятельности в медиа
Тема 10	Развитие медиакоммуникаций в России и мире

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Гавра Д. П. - Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург)., 2020 г. - 231 с. - ISBN 978-5-534-06317-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-teorii-kommunikacii-450795>

2.ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ. Учебник и практикум для вузов / Под ред. Венедиктовой Т.Д., Гудкова Д.Б. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва)., 2021 г. - 193 с. - ISBN 978-5-534-00242-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-teorii-kommunikacii-469722>

3. ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Коноваленко М. Ю., Коноваленко В. А. - Московский государственный лингвистический университет

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.17 «Медиаменеджмент и медиамаркетинг»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.17 «Медиаменеджмент и медиамаркетинг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ОПК-4	способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1	способен искать и отбирать организации, осуществляющие маркетинговые исследования, проводящие социологические опросы, предоставление информации и оказывающие иные услуги, необходимые для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия; согласовывать маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом
		ОПК-4.2	способен разрабатывать план и систему показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; оценивать эффективность результатов продвижения продукции СМИ

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	ОПК-4.1	владение знаниями о принципах и методах проведения маркетинговых и социологических исследований, маркетинговых стратегиях и методик маркетинговой оценки и анализа
		умение формировать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
		владение навыками реализации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
	ОПК-4.2	знание специфики планирования и оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ
		Умение грамотно и профессионально проанализировать и отобрать мероприятий по продвижению продукции СМИ

		Владеет навыками оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; эффективности результатов продвижения продукции СМИ
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 6 ЗЕ (216 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Медиаменеджмент: определение понятия
Тема 2	Экономика и менеджмент СМИ
Тема 3	Продукт СМИ, как товар медиарынка
Тема 4	Основы и методы редакционного менеджмента
Тема 5	Кадровый медиаменеджмент
Тема 6	Моделирование и планирование работы редакции
Тема 7	Составление бизнес-плана в системе медиапланирования
Тема 8	Этика менеджмента СМИ
Тема 9	Основные понятия медиамаркетинга
Тема 10	Маркетинговая система, основные объекты и субъекты
Тема 11	Маркетинговая информация и маркетинговая информационная система
Тема 12	Сегментирование и позиционирование

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания – 2 семестр, экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания – 3 семестр.

**Основная литература:**

1. МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Зельдович Б. З. - Московский политехнический университет (г. Москва), 2021 г. - 293 с. - ISBN 978-5-534-11729-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/mediamenedzhment-476217>
2. МЕНЕДЖМЕНТ. Учебник и практикум для вузов / Иванова И. А., Сергеев А. М. - Московский университет имени С.Ю. Витте (МИЭМП) (г. Москва), 2021 г. - 305 с. - ISBN 978-5- 534-04184-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/menedzhment-468949>
3. ОСНОВЫ БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЯ СМИ 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Иваницкий В. Л. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2021 г. - 239 с. - ISBN 978-5-534-08351-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-biznes-modelirovaniya-smi-470555>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.18 «История и теория культуры и медиа»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.18 «История и теория культуры и медиа» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ОПК-3	способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1	способен выявлять потенциальные источники информации (среди сайтов производителей и основных дистрибьюторов товаров, конкурентов, тематических сообществ и форумов, электронных и печатных каталогов и справочников, информационных систем и баз данных организации)
		ОПК-3.2	способен оценивать оригинальность идеи нового продукта, писать информационные материалы для сайтов, адаптировать текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации; формировать рекомендации для создания промороликов

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> <i>(при наличии профстандарта)/</i> трудовые или профессиональные действия	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	ОПК -3.1 ОПК-3.2	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Основы проведения социологических исследований;</li> <li>• Принципы и методы взаимодействия с социально ориентированными некоммерческими организациями.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта;</li> <li>• находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации;</li> <li>• планировать освещение значимых событий;</li> <li>• выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте;</li> <li>• отбирать организации для проведения социологического опроса;</li> <li>• определять целевую аудиторию нового продукта;</li> <li>• анализировать социально значимые процессы и явления;</li> <li>• использовать современные информационно-коммуникационные технологии для обработки информации.</li> </ul>

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Введение в теорию медиа
Тема 2	Понятие информации. Понятие коммуникации в гуманитарной сфере
Тема 3	Нормативные и операциональные теории медиа
Тема 4	Теории медиавоздействия
Тема 5	Структурно-функциональный анализ медиа.
Тема 6	Культурно-критические теории медиа
Тема 7	Интерпретативные теории медиа
Тема 8	Теории информационного общества и глобализации
Тема 9	История развития отечественной культуры и медиа во взаимосвязи

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. ТЕОРИЯ АУДИТОРИИ МЕДИА: ПУБЛИКА В ИСТОРИИ КУЛЬТУРЫ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Хренов Н. А., 2021 г. - 411 с. - ISBN 978-5-534-14223-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/teoriya-auditorii-media-publika-v-istorii-kultury-468080>

2. ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ 3-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Касьянов В. В. - Кубанский государственный университет (г. Краснодар), 2021 г. - 436 с. - ISBN 978-5-534-07267-9 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/istoriya-kultury-470230>

3. ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ КУЛЬТУРЫ 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для вузов / Большаков В. П., Завершинский К. Ф., Новицкая Л. Ф. ; Под общ. ред. Большакова В.П. - Санкт-Петербургский государственный институт культуры (г. Санкт-Петербург), 2021 г. - 289 с. - ISBN 978-5-534-05382-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/istoriya-i-teoriya-kultury-473164>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.19 «Основы теории коммуникации»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.19 «Основы теории коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1	способен работать с текстами различной тематики (рерайт и копирайтинг) способен контролировать качество текстов и их отображения; адаптировать текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации
		УК-4.2	способен создавать и редактировать тексты на заданную тематику способен управлять дискуссиями с участниками сообщества

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> (при наличии профстандарта)/ трудоустройство или профессиональные действия	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	УК-4.1	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные понятия и концепции коммуникации;</li> <li>• технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• владеть функциональными особенностями популярных социальных сетей;</li> <li>• работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами;</li> <li>• работать с большими объемами информации.</li> </ul>
	УК-4.2	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет;</li> <li>• знание специальной терминологии веб-этикета;</li> <li>• принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска;</li> <li>• виды спама и нежелательного контента, методы и средства борьбы с ними;</li> <li>• современные концепции коммуникации.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществлять навигацию по различным веб-ресурсам, регистрироваться на сайте;</li> <li>• владеть различными методами поиска информации в Интернет (по ключевым словам, с помощью каталогов);</li> <li>• работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами;</li> <li>• вести диалоги и управлять дискуссиями с участием большого числа активных пользователей;</li> <li>• владеть функциональными особенностями популярных социальных сетей;</li> <li>• работать в интенсивном режиме, с большими объемами информации.</li> </ul>

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Предмет и базовые аспекты теории коммуникации
Тема 2	Классические и современные концепции и теории коммуникации
Тема 3	Коммуникативный процесс, функции коммуникации, основные модели и виды
Тема 4	Производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации
Тема 5	Семиотика языка; синтактика, семантика, прагматика
Тема 6	Теория кодов. Когнитивные теории
Тема 7	Представление о коммуникации как о процессе и структуре
Тема 8	Особенности массовой коммуникации

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. Кафтан, В. В., Теория коммуникации : учебник / В. В. Кафтан. — Москва : КноРус, 2023. — 425 с. — ISBN 978-5-406-10504-7. — URL: <https://book.ru/book/947815>

2. Адамьянц, Т. З. Социальные коммуникации : учебник для вузов / Т. З. Адамьянц. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06898-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516353>

3. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации : учебное пособие. - 8-е изд., стер. / В.Б. Кашкин. - Москва : Флинта, 2022. - 224 с. - ISBN 978-5-9765-1424-9. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/337920/reading>



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.20 «Технология создания и продвижения медиапродукта»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.20 «Технология создания и продвижения медиапродукта» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
ОПК-1	способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	оценивает актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность; перерабатывает тексты различной тематики (рерайт); осуществляет поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов
		ОПК-1.2	создает и редактирует тексты на заданную тематику

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-1.1 ОПК-1.1	владение знаниями о системных характеристиках текстов различной тематики.
		владение знаниями о специфике нового продукта, его художественную ценность и востребованность
		умение оценивать актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность
	ОПК-1.2	владение навыками переработки текстов различной тематики (рерайт); осуществлять поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов
		знание специфики редактирования текстов на заданную тематику
		умение создавать и редактировать тексты на заданную тематику
		навык создания и редактирования текстов на заданную тематику

**Объем дисциплины:** 4 ЗЕ (144 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование темы
Тема 1	Введение. Общие сведения о медиапродукции.
Тема 2	Технологии создания медиапродукции
Тема 3	Элементы и инструменты проектной деятельности в медиа
Тема 4	Технологии генерации, отбора проектов и предварительных исследований
Тема 5	Постановка цели и задач медиапроекта. Содержание проекта и способы его фиксации
Тема 6	Принципы и методы планирования медиа проекта
Тема 7	Анализ рисков и ограничений медиапроекта
Тема 8	Технологии бюджетирования медиапроекта
Тема 9	Моделирование продвижения и распространения медиапродукта

**Формы промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. **СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАТЕКСТ. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ** 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Дзялошинский И. М., Пильгун М. А. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2021 г. - 345 с. - ISBN 978-5-534-11621-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sovremennyu-mediatekst-osobennosti-sozdaniya-i-funkcionirovaniya-475753>

2. **МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ** 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Зельдович Б. З. - Московский политехнический университет (г. Москва), 2021 г. - 293 с. - ISBN 978-5-534-11729-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/mediamenedzhment-476217>

3. **ДИЗАЙН НОВЫХ МЕДИА** 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Литвина Т. В. - Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова (г. Москва), 2021 г. - 181 с. - ISBN 978-5-534-10964-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/dizayn-novyh-media-473415>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.21 «Медиарынок и медиасистема»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.21 «Медиарынок и медиасистема» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
ОПК-2	способен учитывать тенденции развития отечественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1	способен обрабатывать комментарии пользователей, готовить оперативные ответы, анализировать и корректировать ответы, подготовленные представителями организации, вести базы данных и отчеты по обращениям, вопросам, жалобам; анализировать ситуацию на рынке продукции любых СМИ
		ОПК-2.2	способен представлять продвигаемую продукцию любых СМИ на публичных мероприятиях; организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции любых СМИ, включая благотворительные мероприятия; вести мониторинг изменений на сайте организации, выявлять наиболее значимые обновления; модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях и совершенствовать процесс модерации

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-2.1 ОПК-2.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные понятия и концепции экономики;</li> <li>• гражданское законодательство Российской Федерации;</li> <li>• организация системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;</li> <li>• технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов конкурентов.</li> <li>• гражданское законодательство Российской Федерации;</li> <li>• основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации.</li> </ul> <p>На уровне умений и навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга;</li> <li>• осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение.</li> <li>• использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты;</li> <li>• находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;</li> <li>• вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с</li> </ul>

		партнерами (клиентами); <ul style="list-style-type: none"> <li>составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров;</li> </ul> выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем (разделов),
Тема 1	Современные медиасистемы мира
Тема 2	Медиаэкономика и глобализация: проблемы и решения
Тема 3	Аудиовизуальные СМИ
Тема 4	Типология радио на примере зарубежного радиовещания
Тема 5	Практика информационных агентств
Тема 6	Этические вопросы в СМИ
Тема 7	Изменения в структуре СМИ 21 века
Тема 8	Современные технологии и бизнес-концепции медиасистем

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и тестирования.

**Основная литература:**

- Нуралиев, С. У. Экономика : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 363 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook\_5bd81853316653.78553045. - ISBN 978-5-16-014578-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1897977>
- Сергеев И.В. Экономика предприятия. – М.: Юрайт, 2016. – <https://biblioonline.ru/book/BB2A6183-7BD3-43CE-A375-03D7AA775278>
- Яacobсон Л.И. Экономика общественного сектора. – М.: Юрайт, 2016. – <https://biblioonline.ru/book/B9731309-0FA0-4106-8042-62A3BF15D320>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.22 «Медиаэкономика»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.22 «Медиаэкономика» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ОПК-5	способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1	способен составлять и заключать договор на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; контролировать выполнение договора, принимать результаты маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ и продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; анализировать эффективность продвижения продукции СМИ
		ОПК-5.2	способен проводить анализ ситуации, управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики различных видов печатных изданий, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, самостоятельно взаимодействовать с участниками коммуникационного процесса

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	ОПК-5.1 ОПК-5.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные понятия и концепции медиаэкономики;</li> <li>• гражданское законодательство Российской Федерации;</li> <li>• организация системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;</li> <li>• технологии сегментирования медиарынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов конкурентов.</li> <li>• гражданское законодательство Российской Федерации;</li> <li>• основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации.</li> </ul> <p>На уровне умений и навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области медиамаркетинга;</li> <li>• осуществлять планирование мероприятий по продвижению</li> </ul>

		<p>продукции, планирование расходов на их проведение.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты;</li> <li>• находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;</li> <li>• вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами);</li> <li>• составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров;</li> </ul> <p>выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Формирование медиаиндустрии
Тема 2	Концепция медиапроекта
Тема 3	Организационно-административные процессы создания нового СМИ
Тема 4	Экономические процессы создания нового СМИ
Тема 5	Производственно-технические процессы создания нового СМИ
Тема 6	Творческие процессы создания нового СМИ
Тема 7	Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпаниях
Тема 8	Экономика телевидения

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. Нуралиев, С. У. Экономика : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 363 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook\_5bd81853316653.78553045. - ISBN 978-5-16-014578-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1897977>
2. Сергеев И.В. Экономика предприятия. – М.: Юрайт, 2016. – <https://biblioonline.ru/book/BB2A6183-7BD3-43CE-A375-03D7AA775278>
3. Якобсон Л.И. Экономика общественного сектора. – М.: Юрайт, 2016. – <https://biblioonline.ru/book/B9731309-0FA0-4106-8042-62A3BF15D320>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.23 «Методика и практика медиаисследований»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.23 «Методика и практика медиаисследований» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ОПК-5	способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1	способен составлять и заключать договор на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; контролировать выполнение договора, принимать результаты маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ и продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; анализировать эффективность продвижения продукции СМИ
		ОПК-5.2	способен проводить анализ ситуации, управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики различных видов печатных изданий, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, самостоятельно взаимодействовать с участниками коммуникационного процесса

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> <i>(при наличии профстандарта)/</i> трудовые или профессиональные действия	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	ОПК -5.1 ОПК-5.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные понятия и концепции медиаэкономики;</li> <li>• гражданское законодательство Российской Федерации;</li> <li>• организация системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;</li> <li>• технологии сегментирования медиарынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов конкурентов.</li> <li>• гражданское законодательство Российской Федерации;</li> <li>• основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации.</li> </ul> <p>На уровне умений и навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области медиамаркетинга;</li> <li>• осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение.</li> <li>• использовать современные информационно-коммуникационные</li> </ul>

		<p>технологии и специализированные программные продукты;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;</li> <li>• вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами);</li> <li>• составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров;</li> <li>• выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</li> </ul>
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов),</i>
Тема 1	Методология и методика медиаисследований как научная дисциплина: предмет и объект
Тема 2	Процедура и основные этапы проведения медиаисследования
Тема 3	Методы медиаисследования: критерии классификации
Тема 4	Количественные и качественные методы
Тема 5	Метод системного анализа
Тема 6	Методика сравнительного анализа
Тема 7	Когнитивистский подход

**Формы промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. ТЕОРИЯ АУДИТОРИИ МЕДИА: ПУБЛИКА В ИСТОРИИ КУЛЬТУРЫ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Хренов Н. А., 2021 г. - 411 с. - ISBN 978-5-534-14223-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/teoriya-auditorii-media-publika-v-istorii-kultury-468080>
2. Зарубина Н.Н. Экономическая социология. – М.: Юрайт, 2016. – Режим доступа: <https://biblionline.ru/book/B7797495-05A2-4EBC-B1DF-99C5F36733B9>
3. ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ КУЛЬТУРЫ 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для вузов / Большаков В. П., Завершинский К. Ф., Новицкая Л. Ф. ; Под общ. ред. Большакова В.П. - Санкт-Петербургский государственный институт культуры (г. Санкт-Петербург), 2021 г. - 289 с. - ISBN 978-5-534-05382-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/istoriya-i-teoriya-kultury-473164>



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.24 «Теория и практика массовой информации»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.24 «Теория и практика массовой информации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ОПК-3	способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1	способен выявлять потенциальные источники информации (среди сайтов производителей и основных дистрибьюторов товаров, конкурентов, тематических сообществ и форумов, электронных и печатных каталогов и справочников, информационных систем и баз данных организации)
		ОПК-3.2	способен оценивать оригинальность идеи нового продукта, писать информационные материалы для сайтов, адаптировать текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации; формировать рекомендации для создания промороликов

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	ОПК-3.1	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные понятия и концепции теории массовой коммуникации;</li> <li>• высокий уровень знания русского языка (орфография, пунктуация, стилистика);</li> <li>• знание специальной терминологии веб-этикета;</li> <li>• виды спама и нежелательного контента, методы и средства борьбы с ними.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• вести диалоги и управлять дискуссиями с участием большого числа активных пользователей;</li> <li>• владеть функциональными особенностями популярных социальных сетей;</li> <li>• подготовить текстовые и рабочие материалы в рамках традиционных и современных СМИ;</li> <li>• работать в интенсивном режиме, с большими объемами информации.</li> </ul>
	ОПК-3.2	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска;</li> <li>• виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;</li> <li>• законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществлять навигацию по различным веб-ресурсам, регистрироваться на сайте;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• владеть различными методами поиска информации в Интернет (по ключевым словам, с помощью каталогов);</li> <li>• работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами;</li> </ul> <p>применять технологии, техники и методы рекламной коммуникации.</p>
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 5 ЗЕ (180 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Предмет «Теория и практика массовой информации»
Тема 2	Теория журналистики и методика журналистского творчества
Тема 3	Организация работы редакции. Журналистский корпус. Профессиональная идентичность журналиста. СМИ как предприятие: рынок современной прессы
Тема 4	Профессионально-этические нормы и правила: законодательство в сфере журналистики
Тема 5	СМИ и связи с общественностью – система взаимодействия
Тема 6	Теории пропаганды
Тема 7	Теории ограниченных медиаэффектов
Тема 8	Современные теории медиавоздействия

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания – 4 семестр, экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания – 5 семестрЭ, курсовая работа - 5 семестр.

**Основная литература:**

1. Ким М. Н. Основы теории журналистики. Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. – "Издательский дом" Питер"", 2021.
2. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 603 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15379-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510820> (дата обращения: 19.12.2022).

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.25 «Медиабрендинг»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.25 «Медиабрендинг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
ОПК-4	способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1	способен искать и отбирать организации, осуществляющие маркетинговые исследования, проводящие социологические опросы, предоставление информации и оказывающие иные услуги, необходимые для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия; согласовывать маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом
		ОПК-4.2	способен разрабатывать план и систему показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; оценивать эффективность результатов продвижения продукции СМИ

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-4.1	владение знаниями о принципах и методах проведения маркетинговых и социологических исследований, маркетинговых стратегиях и методик маркетинговой оценки и анализа
		умение формировать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
		владение навыками реализации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
	ОПК-4.2	знание специфики планирования и оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ
		Умение грамотно и профессионально проанализировать и отобрать мероприятий по продвижению продукции СМИ
		Владеет навыками оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; эффективности результатов продвижения продукции СМИ

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Технологии медиабрендинга
Тема 2	Реализация программы вывода медиа-бренда на рынок
Тема 3	Политика продвижения медиабренда
Тема 4	Создание интегрированной программы продвижения медиабренда
Тема 5	Тренды маркетинга в соцмедиа

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. БРЕНДИНГ 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Карпова С. В., Захаренко И. К. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2021 г. - 439 с. - ISBN 978-5-9916-3732-9 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/brending-467833>
2. МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Учебник и практикум для вузов / Под общ. ред. Карповой С. В., Мхитарян С. В. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва); Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2021 г. - 404 с. - ISBN 978-5-9916-9070-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-v-otraslyah-i-sferah-deyatelnosti-469889>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.26 «Искусство деловых отношений в медиакоммуникациях»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.26 «Искусство деловых отношений в медиакоммуникациях» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1	способен осуществлять устную и письменную коммуникацию на иностранном языке; осуществлять мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации
		УК-4.2	способен модерировать сообщения и комментарии пользователей; обрабатывать информацию о новых товарах и услугах, другие материалы для актуализации (пополнения) сайта новыми сведениями; определять необходимость редакторской и корректорской обработки текста

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного и маркетингового типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	УК-4.1	владение знаниями принципы создания и редактирования текстов; владение знаниями о специальной терминологии веб-этикета умение вести диалоги и управлять дискуссиями с участием большого числа активных пользователей; умение определять необходимость оперативного влияния на ситуацию владение функциональными особенностями популярных социальных сетей;
	УК-4.2	знание основных принципов делового общения, правил делового этикета, основных форм осуществления деловой коммуникации умение оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации; умение определять медиастратегию для продвижения конечного продукта; владение навыками изучения и анализа отечественных и зарубежных источников информации по тематике создаваемых продуктов;

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование темы</i>
Тема 1	Вводная тема
Тема 2	Виды коммуникации

Тема 3	Исторические и теоретические аспекты развития деловых коммуникаций
Тема 4	Деловые коммуникации и деловая этика
Тема 5	Имидж специалиста и секреты успешной коммуникации
Тема 6	Механизмы взаимоприятия в деловом общении
Тема 7	Виды прагматической коммуникации в труде специалиста
Тема 8	Публичное выступление, деловая полемика
Тема 9	Вербальные средства коммуникации в труде специалиста. Невербальные средства коммуникации

**Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ. Учебник и практикум для вузов / Жернакова М. Б., Румянцева И. А. - Государственный университет управления (г. Москва), 2021 г. - 370 с. - ISBN 978-5-534-00331-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/delovye-kommunikacii-468746>
2. ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов / Коноваленко М. Ю. - Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва), 2021 г. - 466 с. - ISBN 978-5-534-11058-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/delovye-kommunikacii-468718>
3. ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ДОКУМЕНТООБОРОТ И ДЕЛОПРОИЗВОДСТВО 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Кольшклина Т. Б., Шустина И. В. - Ярославский государственный педагогический университет имени К.Д. Ушинского (г. Ярославль), 2021 г. - 145 с. - ISBN 978-5-534-14216-7 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/delovye-kommunikacii-dokumentoooborot-i-deloproizvodstvo-468074>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.27 «Редактура и копирайтинг»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.27 «Редактура и копирайтинг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ОПК-6	способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии контролирует качество отображения текстов	ОПК-6.1	способен редактировать информацию на сайте, контролировать качество отображения текстов, редактировать текст и корректировать отображение веб-страниц, расширять знания по тематике информационных ресурсов, осуществлять поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов с учетом правовых норм
		ОПК-6.2	способен проводить анализ ситуации, управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики различных видов печатных изданий, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, самостоятельно взаимодействовать с участниками коммуникационного процесса с учетом правовых норм

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	ОПК-6.1	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные понятия и методы стилистики;</li> <li>• большой словарный запас; высокий уровень знания русского языка (орфография, пунктуация, стилистика).</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• писать тексты литературным, техническим и рекламным языком;</li> <li>• реферировать, аннотировать и модифицировать тексты;</li> <li>• владеть текстовым редактором.</li> </ul>
	ОПК-6.2	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• конъюнктура медийного рынка (с позиций востребованности текстов);</li> <li>• корпоративные требования к текстам телерадиовещательных СМИ;</li> <li>• основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых фраз, слов, ссылок);</li> <li>• принципы копирайтинга и рерайта;</li> <li>• современные информационно-коммуникационные технологии.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации;</li> <li>• анализировать социально значимые процессы и явления и отражать результаты анализа в тексте;</li> <li>• анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта (текста);</li> <li>• выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте (тексте).</li> </ul>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 4 ЗЕ (144 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Текст рекламы и PR как объект стилистики и редактирования
Тема 2	Стилистические ресурсы русского языка
Тема 3	Методологические основы редактирования рекламных и PR-текстов
Тема 4	Методологические основы копирайтинга
Тема 5	Порождение и редактирование PR-текстов разных жанров
Тема 6	Порождение и редактирование рекламных текстов

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. Борисова Е.Г. Стилистика и литературное редактирование [Электронный ресурс]: учебник для прикладного бакалавриата / Е.Г. Борисова, Е.Ю. Геймбух. – М.: Юрайт, 2016. [[http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.biblio-online.ru/thematic/?10&id=urait.content.26C01518-C1FD-44C3-B6F0-37D6526DB917&type=c\\_pub](http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.biblio-online.ru/thematic/?10&id=urait.content.26C01518-C1FD-44C3-B6F0-37D6526DB917&type=c_pub)]
2. Стилистика и литературное редактирование [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата: в 2 т. / Под ред. Л.Р. Дускаевой. – М.: Юрайт, 2016. [<https://idp.nwipa.ru:2920/book/5BEE5780-0521-4732-8AC9-1FD691DB08F4>]



**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.28 «Технология аудиовизуальных коммуникаций»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.28 «Технология аудиовизуальных коммуникаций» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ОПК-7	способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1	способен разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ; согласовывать тематику нового продукта с руководством; контролировать сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала; представлять проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации; принимать результаты маркетингового исследования, социологического опроса
		ОПК-7.2	способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> <i>(при наличии профстандарта)/</i> трудовые или профессиональные действия	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	ОПК-7.1	владение знаниями о цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
		умение формировать комплекс принципов социальной ответственности, определять типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
		владение навыками реализации принципов социальной ответственности и определения типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
	ОПК-7.2	знание специфики отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
		Умение грамотно и профессионально проанализировать и отобрать информацию, профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
		Владеет навыками анализа и отбора информации, профессиональных

		средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Информационное общество и процесс информатизации.
Тема 2	Основы теории информации и информационной технологии
Тема 3	Использование компьютерных технологий в медиа
Тема 4	Компьютерная обработка аудио- и видео-данных
Тема 5	Интернет и мультимедиа
Тема 6	Технология создания веб-сайта
Тема 7	Мультимедийные технологии в медиа

**Формы промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. СЕТИ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ. МАРШРУТИЗАЦИЯ В IP-СЕТЯХ В 2 Ч. ЧАСТЬ 1. Учебник и практикум для вузов / Дибров М. В. - Сибирский федеральный университет (г. Красноярск), 2021 г. - 333 с. - ISBN 978-5-9916-9956-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/seti-i-telekommunikacii-marshrutizaciya-v-ip-setyah-v-2-ch-chast-1-471236>

2. СЕТИ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ. МАРШРУТИЗАЦИЯ В IP-СЕТЯХ В 2 Ч. ЧАСТЬ 2. Учебник и практикум для вузов / Дибров М. В. - Сибирский федеральный университет (г. Красноярск), 2021 г. - 351 с. - ISBN 978-5-9916-9958-7 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/seti-i-telekommunikacii-marshrutizaciya-v-ip-setyah-v-2-ch-chast-2-471908>

3. ВЫЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ, СЕТИ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ. МОДЕЛИРОВАНИЕ СЕТЕЙ. Учебное пособие для вузов / Замятина О. М. - Национальный исследовательский Томский политехнический университет (г. Томск), 2021 г. - 159 с. - ISBN 978- 5-534-00335-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/vychislitelnye-sistemy-seti-i-telekommunikacii-modelirovanie-setey-470111>

4. СЕТИ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ. Учебник и практикум для вузов / Под ред. Самуйлова К. Е., Шалимова И.А., Кулябова Д.С. - Российский университет дружбы народов (г. Москва), 2021 г. - 363 с. - ISBN 978-5-534-00949-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/seti-i-telekommunikacii-469090>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.29 «Правовые основы медиапроизводства»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.29 «Правовые основы медиапроизводства» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1	способен редактировать информацию на сайте, контролировать качество отображения текстов, редактировать текст и корректировать отображение веб-страниц, расширять знания по тематике информационных ресурсов, осуществлять поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов с учетом правовых норм
		ОПК-6.2	способен проводить анализ ситуации, управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики различных видов печатных изданий, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, самостоятельно взаимодействовать с участниками коммуникационного процесса с учетом правовых норм

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> <i>(при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	ОПК-6.1	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• гражданское законодательство Российской Федерации;</li> <li>• корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность;</li> <li>• маркетинговые технологии;</li> <li>• методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах;</li> <li>• основные принципы организации рекламной кампании;</li> <li>• основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;</li> <li>• основы проектной деятельности;</li> <li>• правила охраны труда, пожарной безопасности, производственной санитарии, внутренний трудовой распорядок.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами);</li> <li>• выступать на публичных мероприятиях</li> </ul>

		<p>с докладами и презентациями;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей;</li> <li>• использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты, интернет-технологии;</li> <li>• находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;</li> <li>• составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования.</li> <li>• составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию.</li> </ul>
	ОПК-6.2	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• гражданское законодательство Российской Федерации;</li> <li>• корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами);</li> </ul> <p>составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию.</p>

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Информационная сфера как объект правового регулирования.
Тема 2	Свобода слова и свобода массовой информации в жизнедеятельности человеческого общества: история вопроса и современное состояние
Тема 3	Источники правового регулирования средств массовой информации. Российская и международная практика
Тема 4	Механизмы правовой охраны и защиты в сфере массовой информации (МИ).
Тема 5	Предмет и основные принципы правового регулирования медиапроизводства.
Тема 6	Российское законодательство, регулирующее рекламную и информационную деятельность.
Тема 7	Требования к отдельным способам рекламирования.
Тема 8	Саморегулирование в сфере связей с общественностью и рекламы.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. Богацкая, С. Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие. - Москва : Университетская книга. 2020. - 368 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1213116>
2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 337 с.
3. Кишенская С.А. Гражданско-правовые договоры в сфере рекламной деятельности // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2020 (1):116-122

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.30 «Информационные технологии в медиасреде»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.30 «Информационные технологии в медиасреде» обеспечивает овладение следующими компетенциями

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ОПК-7	способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1	способен разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ; согласовывать тематику нового продукта с руководством; контролировать сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала; представлять проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации; принимать результаты маркетингового исследования, социологического опроса
		ОПК-7.2	способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> <i>(при наличии профстандарта)/</i> трудовые или профессиональные действия	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	ОПК-7.1	<p>владение знаниями о цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>умение формировать комплекс принципов социальной ответственности, определять типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>владение навыками реализации принципов социальной ответственности и определения типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p>
	ОПК-7.2	<p>знание специфики отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p>Умение грамотно и профессионально проанализировать и отобрать информацию, профессиональные средства и приемы рекламы и</p>

	связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
	Владеет навыками анализа и отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

**Объем дисциплины:** 7 ЗЕ (252 ч.).

**Структура дисциплины:**

№. п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Введение
Тема 2	Аппаратные и программные средства реализации информационных и коммуникационных технологий.
Тема 3	Особенности дифференциации и содержания первичных документов для паблик рилейтеров
Тема 4	Ценностные свойства информации и документов
Тема 5	Вторичные документы и вторичные источники информации
Тема 6	Формирование базы информирования в фирме
Тема 7	Информационный маркетинг
Тема 8	Основные периодические и справочные издания, отражающие информацию по проблемам связей с общественностью и рекламе
Тема 9	Пути достижения эффективности неформальных коммуникаций
Тема 10	Медиаконвергенция как условие функционирования современной медиасистемы
Тема 11	Конвергентная редакция и ее структура
Тема 12	Современные методы поиска информации. Базы данных в профессиональной деятельности

**Формы промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания – 6 семестр, экзамен в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания – 7 семестр, курсовая работа – 7 семестр..

**Основная литература:**

1. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 7-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Советов Б. Я., Цехановский В. В. - Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет ЛЭТИ имени В.И. Ульянова (Ленина) (г. Санкт-Петербург), 2021 г. - 327 с. - ISBN 978-5-534-00048-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/informacionnye-tehnologii-468634>
2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В 2 Т. ТОМ 1. Учебник для вузов / Трофимов В. В. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург), 2021 г. - 238 с. - ISBN 978-5-534-01935-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/informacionnyetehnologii-v-2-t-tom-1-470707>
3. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В 2 Т. ТОМ 2. Учебник для вузов / Трофимов В. В. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург), 2021 г. - 390 с. - ISBN 978-5-534-01937-7 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/informacionnye-tehnologii-v-2-t-tom-2-470708>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.31 «Организация и проведение коммуникационных кампаний»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.30 «Организация и проведение коммуникационных кампаний» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ОПК-7	способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1	способен разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ; согласовывать тематику нового продукта с руководством; контролировать сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала; представлять проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации; принимать результаты маркетингового исследования, социологического опроса
		ОПК-7.2	способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, технологического и маркетингового типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	ОПК-7.1	владение знаниями о принципах социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
		умение типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности в ходе организации и проведения коммуникационных кампаний
		владение навыками поиска и принятия творческих решений в рамках реализации принципов социальной ответственности; владеть методикой работы с массовой информацией в мультимедийной, интерактивной среде
	ОПК-7.2	знание специфики отбора информации, приемов рекламы и связей с общественностью, особенности медиапродуктов на рынке СМИ, знание специфики социологических и маркетинговых исследований в сфере медиа
		Умение осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью спланировать творческий акт в целом и его отдельные операции, умение анализировать данные социологических и маркетинговых исследований с учетом правовых норм и учетом общественного мнения
		Навык осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом; навык проведения анализа

		социологических и маркетинговых исследований с учетом правовых норм и учетом общественного мнения Навык эффективной самопрезентации
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Сравнительная характеристика основных параметров рекламной и PR-кампании
Тема 2	Этапы организации и проведения рекламной и PR-кампании
Тема 3	Исследовательский этап подготовки рекламной и PR-кампании
Тема 4	Этап планирования рекламной и PR-кампании
Тема 5	Средства рекламной и PR-кампании
Тема 6	Вопросы реализации рекламной и PR-кампании
Тема 7	Оценка эффективности рекламной и PR-кампании

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ИНЖЕНЕРИЯ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Под ред. Ачкасовой В.А., Володиной Л.В. - Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург), 2021 г. - 351 с. - ISBN 978-5-534-08767-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-kak-socialnaya-inzheneriya-472133>
2. ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ. Учебник и практикум для вузов / Под ред. Венедиктовой Т.Д., Гудкова Д.Б. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2021 г. - 193 с. - ISBN 978-5-534-00242-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-teorii-kommunikacii-469722>
3. ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Гавра Д. П. - Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург), 2021 г. - 231 с. - ISBN 978-5-534-06317-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-teorii-kommunikacii-469805>



**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.32 «Психология массовых коммуникаций»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.32 «Психология массовых коммуникаций» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ОПК-4	способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1	способен искать и отбирать организации, осуществляющие маркетинговые исследования, проводящие социологические опросы, предоставление информации и оказывающие иные услуги, необходимые для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия; согласовывать маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом
		ОПК-4.2	способен разрабатывать план и систему показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; оценивать эффективность результатов продвижения продукции СМИ

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<b>ОТФ/ТФ</b> <i>(при наличии профстандарта)/</i> трудовые или профессиональные действия	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	ОПК-4.1 ОПК-4.2	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• гражданское законодательство Российской Федерации;</li> <li>• корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность;</li> <li>• принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ;</li> <li>• правила охраны труда, внутренний трудовой распорядок;</li> <li>• теоретические аспекты психологии восприятия СМИ массовым сознанием, психологические аспекты изучения аудитории, психология рекламы, психология мотивов и потребностей в рекламе.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ;</li> <li>• находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;</li> <li>• использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты;</li> <li>• анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных.</li> </ul>

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Предмет, задачи и методы курса «Психология массовых коммуникаций». Массовая коммуникация в контексте психологии. Медиаэкология
Тема 2	Специфика информационного процесса в условиях массовой коммуникации
Тема 3	Психологические особенности коммуникации
Тема 4	Психологические теории
Тема 5	Эффективность массовой коммуникации
Тема 6	Влияние массовой коммуникации на общественное мнение и массовое поведение
Тема 7	Архетипический маркетинг. Психология восприятия. Семиотический анализ рекламы
Тема 8	Психологическая Детерминированность внушения и убеждения. Интервью. Переговоры
Тема 9	Психология политики. Вербальная и невербальная коммуникация. Дискурсивное восхождение новостей

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания, экзамен в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518819> (дата обращения: 19.12.2022).
2. Виноградова С.М. Психология массовой коммуникации: учебник для бакалавров / С.М. Виноградова, Г.С. Мельник. — М.: Юрайт, 2016. — <http://idp.nwipa.ru:2945/56805>
3. Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А. М. Руденко, А. В. Литвинова ; под ред. А. М. Руденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 303 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01663-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1048186> (дата обращения: 19.12.2022). — Режим доступа: по подписке.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.33.01 «Основы продюсирования»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.33.01 «Основы продюсирования» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-5	способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1	способен составлять и заключать договор на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; контролировать выполнение договора, принимать результаты маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ и продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; анализировать эффективность продвижения продукции СМИ
		ОПК-5.2	способен проводить анализ ситуации, управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики различных видов печатных изданий, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, самостоятельно взаимодействовать с участниками коммуникационного процесса

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-5.1 ОПК-5.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные понятия и концепции медиаэкономики;</li> <li>• гражданское законодательство Российской Федерации;</li> <li>• организация системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;</li> <li>• технологии сегментирования медиарынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов конкурентов.</li> <li>• гражданское законодательство Российской Федерации;</li> <li>• основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации.</li> </ul> <p>На уровне умений и навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области медиамаркетинга;</li> <li>• осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты;</li> <li>• находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;</li> <li>• вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами);</li> <li>• составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров;</li> </ul> <p>выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Феномен продюсирования и его роль в современной культуре и обществе.
Тема 2	Рынок креативных индустрий
Тема 3	Этапы продюсирования
Тема 4	Теоретические основы продюсирования
Тема 5	Организация деятельности в рамках продюсерского проекта
Тема 6	Работа с аудиторией продюсерского проекта
Тема 7	Предпроизводственная деятельность продюсера.
Тема 8	Продвижение продюсерского проекта

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. Нуралиев, С. У. Экономика : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 363 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook\_5bd81853316653.78553045. - ISBN 978-5-16-014578-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1897977>
2. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций / А.С. Шапкин. – М.: Дашков и К, 2016. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60565.html> – ЭБС «IPRbooks».
3. Шпаковский В.О. PR-дизайн и PR-продвижение / В.О. Шпаковский. – М.: Инфра-Инженерия, 2018. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48465.html> – ЭБС «IPRbooks».

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.33.02 «Аудиовизуальное продюсирование»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.33.02 «Аудиовизуальное продюсирование» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
ОПК-1	способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	оценивает актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность; перерабатывает тексты различной тематики (рерайт); осуществляет поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов
		ОПК-1.2	создает и редактирует тексты на заданную тематику

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-1.1	владение знаниями о системных характеристиках медиапроектов и медиапродуктов.
		владение знаниями о специфике нового продукта, его художественную ценность и востребованность
		умение оценивать актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность
	ОПК-1.2	владение навыками переработки текстов различной тематики (рерайт); осуществлять поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов
		знание специфики редактирования текстов на заданную тематику
		умение создавать и редактировать тексты на заданную тематику
		навык создания и редактирования текстов на заданную тематику

**Объем дисциплины:** 6 ЗЕ (216 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем
Тема 1	Введение. Цели и задачи курса
Тема 2	Литературный материал как основа аудиовизуального произведения. Роль продюсера в подготовке сценария.
Тема 3	Творческие (креативные) аспекты продюсирования. Продюсер и творческий процесс
Тема 4	Оценка постановочной сложности творческого проекта.
Тема 5	Финансирование продюсерских проектов
Тема 6	Поиск возможных источников финансирования. Управление рисками
Тема 7	Продюсирование анимационных фильмов и телевизионных программ.
Тема 8	Продюсирование театрализованных представлений и эстрадного (музыкального) проекта
Тема 9	Организация продвижения продюсерских проектов. Работа со средствами массовой информации

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. Каменец А. В., Урмина И. А., Заярская Г. В. ; под науч. ред. Каменца А.В. ОСНОВЫ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 185 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovykulturno-dosugovoy-deyatelnosti-452814>
2. Коленько С. Г. МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА. Учебник и практикум для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 370 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/menedzhment-v-sfere-kultury-i-iskusstva-450584>
3. Переверзев М.П., Косцов Т.В., Переверзев М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства : Учебное пособие [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2021 - 192 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=361221>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.33.03 «Теле- и радио- медиапроекты»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.33.03 «Теле- и радио- медиапроекты» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
ОПК-1	способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	оценивает актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность; перерабатывает тексты различной тематики (рерайт); осуществляет поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов
		ОПК-1.2	создает и редактирует тексты на заданную тематику

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-1.1	владение знаниями о системных характеристиках медиапроектов и медиапродуктов.
		владение знаниями о специфике нового продукта, его художественную ценность и востребованность
		умение оценивать актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность
	ОПК-1.2	владение навыками переработки текстов различной тематики (рерайт); осуществлять поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов
		знание специфики редактирования текстов на заданную тематику
		умение создавать и редактировать тексты на заданную тематику
		навык создания и редактирования текстов на заданную тематику

**Объем дисциплины:** 6 ЗЕ (216 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем
Тема 1	Роль и место телерадиовещания в системе современных СМИ. Функции телевидения и радио. Тенденции развития современных электронных СМИ
Тема 2	Типология современных телеканалов и радиостанций. Классификация ТВ и радиовещания. Федеральное, региональное и местное вещание
Тема 3	История развития отечественного телевидения и радиовещания. Современные телевизионные и радиотехнологии
Тема 4	Значение культуры речи на радио и телевидении. Специфика языка в радио и телеэфире
Тема 5	Жанровая система современной журналистики. Жанрообразующие признаки
Тема 6	Понятие аудитории, специфика аудитории телевидения и радио. Методы воздействия на аудиторию. Участие аудитории в производстве контента
Тема 7	Редактирование материалов в электронных СМИ. Роль редактора в эфирном творческом процессе
Тема 8	Ведущий как коммуникатор
Тема 9	Образ и имидж ведущего телевидения и радио

**Формы промежуточной аттестации:** экзамены в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. Каменец А. В., Урмина И. А., Заярская Г. В. ; под науч. ред. Каменца А.В. ОСНОВЫ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 185 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovykulturno-dosugovoy-deyatelnosti-452814>
2. Коленько С. Г. МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА. Учебник и практикум для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 370 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/menedzhment-v-sfere-kultury-i-iskusstva-450584>
3. Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ / Н. Ермолова. – М.: Альпина Паблицер, 2016. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48465.html> – ЭБС «IPRbooks».



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.34 «Основы российской государственности»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.34 «Основы российской государственности» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	Способен соотносить межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
		УК-5.2	Способен решать задачи профессиональной деятельности на основе восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК-5.1 УК-5.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– знать ценностно-поведенческое содержание понятий гражданственности и патриотизма;</li> <li>– знать фундаментальные достижения, изобретения и открытия, появившиеся в процессе развития российской цивилизации;</li> <li>– знать содержание культурных особенностей и традиций народов России, обусловленных историческим контекстом становления российской цивилизации;</li> <li>– знать содержание религиозных верований народов России в широком культурно-ценностном аспекте;</li> <li>– знать исторические события и героев прошлого и настоящего, которыми гордится Россия;</li> <li>– знать характер общественных, политических, государственных и историко-культурных ценностей российской цивилизации.</li> </ul> <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать устойчивое владение мировоззренческими доктринами, сложившимися внутри российской цивилизации;</li> <li>– сформировать развитое критическое мышление, способствующее свободному развитию и формированию независимых суждений всесторонне развитой личности;</li> <li>– овладеть ключевыми смыслами, отражающими многонациональный характер российской цивилизации;</li> <li>– овладеть ключевыми смыслами, отражающими многоконфессиональный характер российской цивилизации;</li> <li>– овладеть этическими доктринами, сложившимися в рамках российской цивилизации и отражающими её солидарный (общинный) характер;</li> <li>– понимать характер и значение подвигов героев России.</li> </ul> <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– развить способность критически анализировать особенности межкультурного взаимодействия;</li> <li>– развить способность воспринимать своё личностное развитие сквозь</li> </ul>

		призму общественного блага и релевантных для человека морально-этических ориентиров; – воспитать в гражданине чувство внутренней сопричастности к своей культуре и своему народу; – сформировать способность к внимательному, объективному и цельному анализу поступающей общественно-политической информации; – получить навыки выявления причинно-следственных связей исторических процессов в России на разных этапах существования Российского государства в контексте мирового исторического и культурного развития; – выработать способность демонстрировать уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям народов Российской Федерации; – выработать уважение к традициям российского общества и государства.
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1.	Что такое Россия
Тема 2.	Российское государство-цивилизация
Тема 3.	Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации
Тема 4.	Политическое устройство России
Тема 5.	Вызовы будущего и развитие страны

**Формы промежуточной аттестации:** зачёт в устной форме либо по билетам по всему курсу дисциплины, либо в форме итогового тестирования по всему курсу дисциплины.

**Основная литература:**

1. Основы российской государственности: учебное пособие для студентов естественно-научных и инженерно-технических специальностей / авт. колл.: А.П. Шевырев, В.В. Лапин, С.В. Рогачев, А.В. Титорский, П.Ю. Уваров, А.А. Ларионов (иеромонах Родион), В.С. Бремин, Н.Ю. Пивоваров, О.А. Ефремов, Е.А. Маковецкий, Е.А. Овчинникова, Д.А. Андреев, В.В. Булатов, О.А. Чагадаева. – Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2023.
2. Основы российской государственности: учебное пособие для студентов, изучающих социогуманитарные науки / Т.В. Евгеньева, И.И. Кузнецов, С.В. Перевезенцев, А.В. Селезнева, О.Е. Сорокопудова, А.Б. Страхов, А.Р. Боронин; под ред. С.В. Перевезенцева. – Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2023.
3. Основы российской государственности: учебно-методический комплекс по дисциплине для образовательных организаций высшего образования / В.М. Марасанова, В.Э. Багдасарян, Ю.Ю. Иерусалимский, Л.Г. Титова, С.А. Кудрина. – Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2023.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.35 «Основы национальной безопасности»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.35 «Основы национальной безопасности» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.1	Способен овладеть знаниями основ законодательства по противодействию и предупреждению экстремизма, терроризма, коррупционного поведения и виды ответственности за нарушение требований законодательства; применяет актуальные правовые знания при составлении и заключении договоров на исследования в профессиональной сфере по предупреждению и противодействию экстремизму, терроризму, коррупционному поведению
		УК-10.2	Способен соблюдать в жизнедеятельности антикоррупционное, антиэкстремистское и антитеррористическое законодательство; осознает последствия собственных действий или бездействия в профессиональной деятельности по предупреждению и противодействию экстремизму, терроризму, коррупционному поведению с учетом требований законодательства

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК-10.1	на уровне знаний: знает признаки и критерии идентификации экстремистской деятельности
	на уровне умений: умеет идентифицировать и классифицировать угрозы экстремизма в сфере национальной безопасности
	на уровне навыков: обладает навыком распознавания экстремистских проявлений
УК-10.2	на уровне знаний: имеет представление об экстремизме и терроризме в сфере национальной безопасности
	на уровне умений: классифицирует угрозы экстремизма и терроризма в сфере национальной безопасности, определяет способы профилактики экстремизма террористической направленности средствами воспитательной работы
	на уровне навыков: навык проектирования моделей профилактики экстремизма и терроризма в сфере национальной безопасности

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем
Тема 1.	Сущность, содержание, понятийный аппарат национальной безопасности
Тема 2.	Система национальной безопасности
Тема 3.	Национальные интересы в структуре национальной безопасности
Тема 4.	Угрозы национальной безопасности
Тема 5.	Нормативное правовое обеспечение национальной безопасности
Тема 6.	Правовые основы противодействия экстремизму и терроризму
Тема 7.	Обеспечение отдельных видов национальной безопасности
Тема 8.	Политика обеспечения национальной безопасности Российской Федерации

**Формы промежуточной аттестации:** зачёт в форме защиты группового проекта.

**Основная литература:**

1. Кардашова, И.Б. Основы теории национальной безопасности : учебник для вузов / И. Б. Кардашова. – 3-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 334 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15789-5. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/509729> (дата обращения: 15.06.2023)

2. Кардашова, И.Б. Обеспечение национальной безопасности : учебное пособие / И.Б. Кардашова. – М.: Всероссийский государственный университет юстиции (РПА Минюста России), 2015. – 136 с. – ISBN 978-5-00094-103-4. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/43226.html> (дата обращения: 15.06.2023)

3. Зеленков, М.Ю. Основы теории национальной безопасности: учебник для студентов вузов / М.Ю. Зеленков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.– 295 с. – ISBN 978-5-238-02801-9. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028460> (дата обращения: 15.06.2023).

4. Савицкий, А.Г. Национальная безопасность. Россия в мире: учебник для студентов вузов / А.Г. Савицкий. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 463 с. – ISBN 978-5-238-02307-6. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028891> (дата обращения: 15.06.2023).

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.01 «Технологии подготовки печатных и электронных СМИ»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.01 «Технологии подготовки печатных и электронных СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-3	Способен выполнять функции по организации работы съемочной группы и освещению событий в прямом эфире и он-лайн трансляциях сетевых СМИ	ПК-3.1	способен спланировать и осуществить интервьюирование в соответствии с нормативной документацией, законодательством РФ в сфере СМИ
		ПК-3.2	способен организовывать работу съемочной группы, освещению событий в прямом эфире и он-лайн трансляциях сетевых СМИ

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/трудоустройство и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
11.005 А / Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ	ПК-3.1	<p>владение знаниями о системных характеристиках печатных и электронных СМИ.</p> <p>владение знаниями о специфике, функциональное и жанровое своеобразие сетевых изданий, организационно-правовые формы редакций интерактивных СМИ</p> <p>умение ориентироваться в типологических параметрах современных СМИ;</p> <p>умение создавать гипертекст, формировать контент веб-издания в соответствии с требованиями актуальности, оперативности, мультиплатформатности</p> <p>владение навыками системного типологического анализа современных СМИ;</p> <p>владеть методикой работы с массовой информацией в мультимедийной, интерактивной среде</p>
11.005 А / Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ	ПК-3.2	<p>знание по организации работы съемочной группы, освещению событий в прямом эфире и он-лайн трансляциях сетевых СМИ</p> <p>Умение организовать работу съемочной группы</p> <p>Навык работы с техническими средствами;</p> <p>Навык эффективной формулировки вопросов интервьюирования</p>

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Книгопечатание. Виды печати. Современные печатные машины.
Тема 2	Типографические процессы.
Тема 3	Особенности подготовки материалов для печатного издания
Тема 4	Подготовка телевизионной передачи.
Тема 5	Телевизионный центр, его назначение и состав.
Тема 6	Интернет как средство массовой информации. Понятие конвергенции

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 7	Радиовещание в глобальной Сети.
Тема 8	Телевидение в интернет-пространстве
Тема 9	Технология создания электронных изданий
Тема 10	Технология создания печатных изданий

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИИ. Учебное пособие для вузов / Сергеев Е. Ю. - Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена (Герценовский университет) (г. СанктПетербург), 2021 г. - 227 с. - ISBN 978-5-534-10033-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologiya-proizvodstva-pechatnyh-i-elektronnyh-sredstv-informacii-474845>

2. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИИ. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ. Учебное пособие для вузов / Чефранов С. Д., 2021 г. - 134 с. - ISBN 978-5-534-13110-9 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologiyaproizvodstva-pechatnyh-i-elektronnyh-sredstv-informacii-477103>

3. ТЕХНОЛОГИИ ПОЛИГРАФИИ 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для вузов / Запекина Н. М. - Челябинский государственный институт культуры (г. Челябинск), 2021 г. - 178 с. - ISBN 978-5-534-10598-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologii-poligrafii-474923>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.02 «Реклама и PR в современном медиапространстве»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.02 «Реклама и PR в современном медиапространстве» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПК-1	Способен выполнять функции по разработке общей организационно-маркетинговой концепции и планированию деятельности редакции.	ПК-1.1	способен планировать и организовывать внутриорганизационной логистики, маркетинговых технологий, технологий эффективной работы на рынке и оценки конкурентоспособности, принципы и подходы к организации и планированию журналистской работы, профессиональную этику журналистской деятельности, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
		ПК-1.2	способен выполнять функции по разработке общей концепции и планированию деятельности редакции, согласованию и внедрению маркетинговой стратегии

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/ТФ (для профессиональных компетенций)</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-1.1 ПК-1.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• законодательство Российской Федерации о рекламе;</li> <li>• законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность СМИ;</li> <li>• технологии создания и поддержания благоприятного психологического климата в коллективе, а также мотивации сотрудников, повышения их профессионального и культурного уровня;</li> <li>• передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания;</li> <li>• конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в киноиндустрии;</li> <li>• корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ;</li> <li>• методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента;</li> <li>• высокий уровень знания русского языка (орфография, пунктуация, стилистика);</li> <li>• знание специальной терминологии веб-этикета;</li> <li>• современные информационно-коммуникационные технологии.</li> </ul> <p>На уровне умений и навыков :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации;</li> <li>• оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации;</li> <li>• определять необходимость оперативного влияния на ситуацию;</li> <li>• вести диалоги и управлять дискуссиями с участием большого</li> </ul>

		<p>числа активных пользователей;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле;</li> <li>• определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта;</li> <li>• формировать имидж продукта;</li> <li>• прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта;</li> <li>• использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий;</li> <li>• ставить цели и определять пути их достижения;</li> <li>• работать в интенсивном режиме, с большими объемами информации.</li> </ul>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем
Тема 1	Цели, функции, виды и средства рекламы
Тема 2	Реклама и маркетинг
Тема 3	Влияние рекламы на социум. Морально-этические и правовые аспекты рекламы
Тема 4	Политическая и социальная реклама. Социально- психологические основы рекламы. Исследования в рекламе
Тема 5	Рекламный процесс. Структура рекламного агентства и принцип его работы
Тема 6	Реклама как профессиональная творческая деятельность. Рекламная кампания
Тема 7	Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью. Правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ
Тема 8	Подготовка материалов для СМИ. Теоретические основы современных PR–технологий
Тема 9	Специальные мероприятия в связях с общественностью как средство коммуникации.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. ПОДГОТОВКА РЕКЛАМНОГО И PR-ТЕКСТА. Учебное пособие для вузов / Селезнева Л. В. - Российский государственный социальный университет (г. Москва)., 2021 г. - 159 с. - ISBN 978-5-534-04084-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/podgotovka-reklamnogo-i-pr-teksta-472777>
2. РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА. Учебник и практикум для вузов / Поляков В. А., Романов А. А. - Евразийский открытый институт (г.Москва); Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва)., 2021 г. - 502 с. - ISBN 978-5-534-05261-9 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta-468982>
3. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. Учебник для вузов / Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А., 2021 г. - 552 с. - ISBN 978-5-534-14843-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-482662>



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.03 «Авторское право в медиа»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.03 «Авторское право в медиа» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-4	Способен осуществлять поиск идей/материалы и оценивать оригинальность идеи нового продукта, а также определять актуальность и целевую аудиторию нового продукта	ПК-4.1	способен определить основы международной политики; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; использовать современные информационно-коммуникационные технологии
		ПК-4.2	способен разрабатывать концепцию продвижения продукции любых СМИ и использовать современные ИКТ для анализа информации из различных источников

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/трудоовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.1	владение знаниями по историей России, новейшей истории и основами международной политики, основам законодательства РФ в сфере медиа
		умение определить основы международной политики
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.2	владение навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий;
		знание основных принципов анализа информации из различных источников, определения степени ее достоверности
		умение разрабатывать концепцию продвижения продукции любых СМИ;
		владение навыками использования современные ИКТ для анализа информации из различных источников;

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Основные понятия в авторском праве
Тема 2	Основные договоры в авторском праве
Тема 3	Специфика авторских правоотношений в профессиональной деятельности журналиста
Тема 4	Защита авторских прав в медиа
Тема 5	Ответственность за нарушение авторских прав в медиа

**Формы промежуточной аттестации:** зачет с оценкой в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. АВТОРСКОЕ ПРАВО 3-е изд. Учебник и практикум для вузов / Позднякова Е. А. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2021 г. - 238 с. - ISBN 978-5-534-13638-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/avtorskoe-pravo-469232>
2. АВТОРСКОЕ ПРАВО. Учебник и практикум для вузов / Щербак Н. В. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2021 г. - 182 с. - ISBN 978-5- 534-00008-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/avtorskoe-pravo-471723>
3. ПРАВО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Под ред. Новоселовой Л.А. - Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА) (г. Москва), 2021 г. - 343 с. - ISBN 978-5-534-11135-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/pravo-intellektualnoy-sobstvennosti-469283>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.04 «Производство видеоконтента»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.04 «Производство видеоконтента» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
ПК-5.1	Способен выполнять организационно-управленческие функции по разработке и реализации проекта сценарного материала	ПК-5.1	способен создавать и редактировать медиатексты в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность СМИ и медиа
		ПК-5.2	способен инициировать творческие идеи для создания нового продукта

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/трудоустройство и профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-5.1 ПК-5.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>законодательство Российской Федерации о рекламе;</li> <li>законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность СМИ;</li> <li>технологии создания и распространения аудиовизуальной информации;</li> <li>передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания;</li> <li>конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в киноиндустрии;</li> <li>современные информационно-коммуникационные технологии.</li> </ul> <p>На уровне умений и навыков :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации;</li> <li>разрабатывать сценарий аудиовизуального контента;</li> <li>определять стоимость работ и сроков подготовки сценарного материала;</li> <li>анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле;</li> <li>формировать имидж продукта;</li> <li>прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта;</li> <li>использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий;</li> <li>ставить цели и определять пути их достижения;</li> </ul> <p>работать в интенсивном режиме, с большими объемами информации.</p>

**Объем дисциплины:** 4 ЗЕ (144 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Видеоконтент и система жанров тележурналистики и кино
Тема 2	Создание видеоконтента в разных жанрах: технологический аспект
Тема 3	Технология производства видеоконтента
Тема 4	Продюсирование создания видеоконтента
Тема 5	Построения экранного пространства. Выбор места съёмки. Подбор технических средств.
Тема 6	Технологии записи и обработки видеоконтента со звуком.
Тема 7	Взаимодействия звука и изображения в аудио-видео производстве.
Тема 8	Приёмы и методы нелинейного видеомонтажа.
Тема 9	Правила операторского искусства.
Тема 10	Современные цифровые стандарты записи, обработки и трансляции аудио и видео контента.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по вопросам билета и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия журналист [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Свитич Л.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2011.— 255 с.— <http://www.iprbookshop.ru/8855.html>
2. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения :учеб. пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 278 с. <https://idp.nwipa.ru:2920/viewer/E17CA08D-007B-47F5-9AC2-3028428F4FE7>
3. Ким М. Н. Основы теории журналистики: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. — СПб.: Питер, 2013. — 288 с. <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=334070>
4. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика»/ Цвик В.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.— 495 с.— <http://www.iprbookshop.ru/34517.html>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.05 «Производство и распространение аудиовизуальной информации»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.05 «Производство и распространение аудиовизуальной информации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПК-5	Способен выполнять организационно-управленческие функции по разработке и реализации проекта сценарного материала	ПК-5.1	способен создавать и редактировать медиатексты в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность СМИ и медиа
		ПК-5.2	способен инициировать творческие идеи для создания нового продукта

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/ТФ (для профессиональных компетенций)</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-5.1 ПК-5.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>законодательство Российской Федерации о рекламе;</li> <li>законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность СМИ;</li> <li>технологии создания и распространения аудиовизуальной информации;</li> <li>передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания;</li> <li>конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в киноиндустрии;</li> <li>современные информационно-коммуникационные технологии.</li> </ul> <p>На уровне умений и навыков :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации;</li> <li>разрабатывать сценарий аудиовизуального контента;</li> <li>определять стоимость работ и сроков подготовки сценарного материала;</li> <li>анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле;</li> <li>формировать имидж продукта;</li> <li>прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта;</li> <li>использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий;</li> <li>ставить цели и определять пути их достижения;</li> <li>работать в интенсивном режиме, с большими объемами информации.</li> </ul>

**Объем дисциплины:** 5 ЗЕ (180 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Введение. Сущность понятия аудиовизуальных технологий
Тема 2	Аудиовизуальная культура и пути ее формирования
Тема 3	Опыт использования аудиовизуальных технологий
Тема 4	Средства воздействия аудиовизуальных технологий на подсознание человека
Тема 5	Современные мультимедийные технологии
Тема 6	Дополненная реальность
Тема 7	Тенденции рынка аудиовизуальных технологий
Тема 8	Технология создания мультимедийного СМИ. Проектирование аудиовизуальной информации

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ 2-е изд. Учебное пособие для вузов / Куркова Н. С. - Кемеровский государственный институт культуры (г. Кемерово), 2021 г. - 127 с. - ISBN 978-5-534-14857-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/audiovizualnye-tehnologii-v-reklame-483133>
2. ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ СМИ. РАДИО- И ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКА. Учебник и практикум для вузов / Познин В. Ф. - Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург), 2021 г. - 362 с. - ISBN 978-5-534-00656-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnika-i-tehnologiya-smi-radio-i-telezurnalistika-469972>
3. ПСИХОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: ОТ ГАЗЕТ ДО ИНТЕРНЕТА. Учебник для вузов / Гулевич О. А. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2021 г. - 264 с. - ISBN 978-5-534-12406-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/psihologiya-massovoy-kommunikacii-ot-gazet-do-interneta-476595>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.06 «Теория и практика аудио и видеомонтажа»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.06 «Теория и практика аудио и видеомонтажа» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-6	Способен выполнять функции по определению производственной и ресурсной мощности, необходимой для создания продукта	ПК-6.1	способен размещать заказы на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента
		ПК-6.2	способен определять производственную мощность, необходимую для создания медиапродукта, формировать оптимальный план подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/трудоовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-6.1 ПК-6.1	владение знаниями о системных характеристиках аудиовизуальных СМИ.
		владение знаниями о специфике, функциональных и жанровых своеобразий сетевых изданий, организационно-правовых форм редакций интерактивных аудиовизуальных СМИ
		умение ориентироваться в типологических параметрах современных СМИ; умение создавать гипертекст, формировать контент веб-издания в соответствии с требованиями актуальности, оперативности, мультиплатформатности
		владение навыками системного типологического анализа современных СМИ; владение методикой работы с массовой информацией в мультимедийной, интерактивной среде
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-6.2	знание специфики журналистской информации как информационного продукта и особенности аудиовизуальных медиапродуктов на рынке СМИ
		Умение грамотно и профессионально проанализировать конкретный журналистский материал;

		Умение составить заявку на тему своего выступления в СМИ; спланировать творческий акт в целом и его отдельные операции
		Навык работы с техническими средствами журналистской деятельности;
		Навык эффективной самопрезентации.

**Объем дисциплины:** 5 ЗЕ (180 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Понятие некоммерческой организации и ее организационный статус в современной России. Типология НКО.
Тема 2	Роль государства в деятельности НКО. Правовой статус некоммерческих организаций.
Тема 3	Субъекты социальной деятельности и их взаимодействие при реализации социальных проектов.
Тема 4	История организации социальной деятельности в России. Культурно-психологические и социально-правовые аспекты
Тема 5	Зарубежный опыт функционирования НКО
Тема 6	Целевые группы коммуникации НКО
Тема 7	СМИ – особый статус некоммерческих организаций

**Формы промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания (6 семестр), экзамен в форме устного собеседования по вопросам билета и выполнения практического задания (7 семестр)

**Основная литература:**

1. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Флинта, 2011. – <https://idp.nwipa.ru:2920/viewer/DFDC41E7-D38B-42B0-B63B-66030591B9C5#page/1>
2. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов. – М.: ИНФРА-М, 2012. – <https://idp.nwipa.ru:2920/viewer/DFDC41E7-D38B-42B0-B63B-66030591B9C5>



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.07 «Компьютерное редактирование и верстка»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.07 «Компьютерное редактирование и верстка» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции	Наименование компетенции
ПК-2	Способен самостоятельно осуществлять поиск событийно-фактического материала и выполнять редакционное задание	ПК-2.1	способен извлекать достоверную информацию, применять технологии и методы ее сбора, приемы выстраивания сюжета, планирует журналистскую работу
		ПК-2.2	способен выполнять планирование деятельности редакции, самостоятельно осуществляет поиск событий и фактов как основы материала

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ	Код компонента компетенции	Результаты обучения
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-2.1 ПК-2.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>законодательство Российской Федерации о СМИ;</li> <li>законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность СМИ;</li> <li>технологии сбора информации, информационной специализации СМИ, приемам выстраивания сюжета;</li> <li>передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания;</li> <li>корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ;</li> <li>современные информационно-коммуникационные технологии.</li> </ul> <p>На уровне умений и навыков :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации;</li> <li>оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации;</li> <li>определять необходимость оперативного влияния на ситуацию;</li> <li>анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле;</li> <li>использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий;</li> </ul>

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем
Тема 1	Редактирование текстов. Виды редакторской правки
Тема 2	Медийный текст: основные особенности
Тема 3	Редактирование медиатекста
Тема 4	Методика и практика литературного редактирования. Методика и техника редактирования. Классификации текстовых ошибок

Тема 5	Редактирование фактических ошибок. Редактирование логических ошибок в тексте
Тема 6.	Речевые ошибки. Виды речевых ошибок

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Голуб И. Б. - Московский политехнический университет (г. Москва), 2021 г. - 397 с. - ISBN 978-5-534-06578-7 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/literaturnoe-redaktirovanie-469458>
2. СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для вузов / Басовская Е. Н. - Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва), 2021 г. - 211 с. - ISBN 978-5-534-06922-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/stilistika-i-literaturnoe-redaktirovanie-473189>
3. ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ СМИ: БИЛЬДРЕДАКТИРОВАНИЕ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Тулупов В. В. - Воронежский государственный университет (г. Воронеж), 2021 г. - 182 с. - ISBN 978-5-534-09230-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnika-i-tehnologiya-smi-bildredaktirovanie-474862>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.08 «Исследование медиа аудиторий»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.08 «Исследование медиа аудиторий» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции	Наименование компетенции
ПК-7		ПК-7.1	способен реализовать рекламные кампании, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм,
		ПК-7.2	способен сформировать рекомендации для создания промороликов, разработать маркетинговых планов продвижения продукции

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/трудоые и профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-5.1	владение знаниями о методах, технологиях исследования медиааудитории
		умение создавать и управлять медиапроекты в соответствии с принципами и методами проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства
		владение навыками анализа и управления медиааудиторий
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-5.2	знание специфики создания медиапроектов
		Умение по разработке маркетинговых планов продвижения
		Навык организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановке кадров, координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы

**Объем дисциплины:** 4 ЗЕ (144 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем
Тема 1	Эволюция теоретических подходов к медиааудиторий
Тема 2	Исследования медиааудитории: цель и задачи
Тема 3	История развития прикладных исследований медиааудитории
Тема 4	Виды исследований, используемых при изучении медиааудитории
Тема 5	Понятие и особенности программы исследования медиааудитории

**Формы промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. Верещагина, А. В., Социология : учебник / А. В. Верещагина, В. В. Ковалев, С. И. Самыгин. — Москва : КноРус, 2023. — 380 с. — ISBN 978-5-406-11104-8. — URL: <https://book.ru/book/947837>
2. Тужба, Э. Н., Социология : учебное пособие / Э. Н. Тужба. — Москва : Русайнс, 2023. — 197 с. — ISBN 978-5-466-02232-2. — URL: <https://book.ru/book/947584>
3. Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А. М. Руденко, А. В. Литвинова ; под ред. А. М. Руденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 303 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01663-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1048186> (дата обращения: 19.12.2022). – Режим доступа: по подписке.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.09 «Организация работы коммуникационных агентств и редакций»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.09 «Организация работы коммуникационных агентств и редакций» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>
ПК-1		ПК-1.1	способен планировать и организовывать внутриорганизационной логистики, маркетинговых технологий, технологий эффективной работы на рынке и оценки конкурентоспособности, принципы и подходы к организации и планированию журналистской работы, профессиональную этику журналистской деятельности, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
		ПК-1.2	способен выполнять функции по разработке общей концепции и планированию деятельности редакции, согласованию и внедрению маркетинговой стратегии

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-1.1 ПК-1.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• законодательство Российской Федерации о рекламе;</li> <li>• законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность СМИ;</li> <li>• технологии создания и поддержания благоприятного психологического климата в коллективе, а также мотивации сотрудников, повышения их профессионального и культурного уровня;</li> <li>• передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания;</li> <li>• конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в киноиндустрии;</li> <li>• корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ;</li> <li>• методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента;</li> <li>• высокий уровень знания русского языка (орфография, пунктуация, стилистика);</li> <li>• знание специальной терминологии веб-этикета;</li> <li>• современные информационно-коммуникационные технологии.</li> </ul> <p>На уровне умений и навыков :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации;</li> <li>• определять необходимость оперативного влияния на ситуацию;</li> <li>• вести диалоги и управлять дискуссиями с участием большого числа активных пользователей;</li> <li>• анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле;</li> <li>• определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта;</li> <li>• формировать имидж продукта;</li> <li>• прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта;</li> <li>• использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий;</li> <li>• ставить цели и определять пути их достижения;</li> <li>• работать в интенсивном режиме, с большими объемами информации.</li> </ul>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 5 ЗЕ (180 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Место, роль и функции коммуникационных агентств и редакций
Тема 2	Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью.
Тема 3	Стратегический менеджмент. Планирование работы коммуникационных агентств и редакций.
Тема 4	Задачи и принципы функционирования коммуникационных агентств и редакций
Тема 5	Практические особенности функционирования коммуникационных агентств и редакций в современных организациях.
Тема 6.	Исследовательское и информационно-аналитическое направления деятельности коммуникационных агентств и редакций.
Тема 7.	Организационное направление деятельности коммуникационных агентств и редакций.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. Патласов О.Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс]. – М.: Дашков и К, 2015. – <https://idp.nwipa.ru:2706/reader/book/61042/#1>
2. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс]: профессиональные компетенции. – М.: Издат. дом "Дело" РАНХиГС, 2016. – <http://www.iprbookshop.ru/51076>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.10 «Медиакритика»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.10 «Медиакритика» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-4	Способен осуществлять поиск идей/материалы и оценивать оригинальность идеи нового продукта, а также определять актуальность и целевую аудиторию нового продукта	ПК-4.1	способен определить основы международной политики; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; использовать современные информационно-коммуникационные технологии
		ПК-4.2	способен разрабатывать концепцию продвижения продукции любых СМИ и использовать современные ИКТ для анализа информации из различных источников

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, технологического и маркетингового типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/трудоые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
11.003 А/Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.1 ПК-4.2	владение знаниями о типологических и жанровых особенностях медиакритики
		знакомство с особенностями творческого почерка известных отечественных медиакритиков
		умение анализировать медийные тексты с применением методологического аппарата медиакритики
		умение объективно и самостоятельно оценивать медийные произведения в различных жанрах медиакритики
		владение навыками критического анализа уровня качества медийных продуктов с учетом социального функционирования СМИ
		владение навыками работы с жанрами повышенной сложности с элементами аналитики и публицистики

**Объем дисциплины:** 5 ЗЕ (180 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Сущность медиакритики как нового направления в отечественной журналистике
Тема 2	Типология медиакритики
Тема 3	Жанровая палитра медийной критики
Тема 4	Медиакритика среди других видов критики
Тема 5	Авторская колонка медиакритике
Тема 6	Основные тенденции в истории зарубежной медиакритики
Тема 7	Проблемы развития медиакритики и ее осмысления в советский и постсоветский период
Тема 8	Медиакритика в современной России: творческие портреты

Тема 9	Полифункциональность медиакритики: телекритика и радиокритика
Тема 10	Полифункциональность медиакритики: арт-критика
Тема 11	Медиакритика в «новых» медиа
Тема 12	Новые формы в медиакритике

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания, курсовая работа – 6 семестр.

**Основная литература:**

1. Баканов Р.П. Медийная критика в системе современной журналистики России: Учебное пособие. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2015. [https://www.mediagram.ru/netcat\\_files/107/108/h\\_6022e94948d3e36e88f6bc60ef7adaa6](https://www.mediagram.ru/netcat_files/107/108/h_6022e94948d3e36e88f6bc60ef7adaa6)
2. Медиакритика в России: творческие портреты / Под ред. А.А. Левицкой. – М.: МОО М.: «Информация для всех», 2016. [Book\\_2016\\_Mediakritika\\_v\\_Rossii.pdf \(psyfactor.org\)](#)



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.11 «Бизнес-моделирование в медиа»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.11 «Бизнес-моделирование в медиа» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	Способен выполнять функции по определению производственной и ресурсной мощности, необходимой для создания продукта	ПК-6.1	способен размещать заказы на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента
		ПК-6.2	способен определять производственную мощность, необходимую для создания медиапродукта, формировать оптимальный план подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/трудо­вые и профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
06.009 В /Организация продвижения продукции СМИ	ПК-6.1	владение знаниями по технологиям бизнес моделирования в медиасфере
		умение эффективного применения менеджмента, экспертного анализа и методов оценки рисков, бюджетирования и медиапроизводства
		владение навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий;
06.009 В /Организация продвижения продукции СМИ	ПК-6.2	знание основных принципов анализа информации из различных источников, определения степени ее достоверности
		умение разрабатывать концепцию продвижения продукции любых СМИ;
		владение навыками использования современные ИКТ для анализа информации из различных источников;

**Объем дисциплины:** 4 ЗЕ (144 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Объект, предмет, цели и задачи курса
Тема 2	Медиабизнес в России и за рубежом: основные тренды развития.
Тема 3	Моделирование СМИ
Тема 4	Менеджмент в медиабизнесе
Тема 5	Оценка эффективности

	медиапродукта.
Тема 6	Эффективный медиапроект
Тема 7	Медиапредприятия в условиях конвергенции и мультимедийности
Тема 8	Методы и методики бизнес-моделирования
Тема 9	Индустрия региональных СМИ в условиях современной экономики.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнение практического задания.

**Основная литература:**

1. Баринов В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. — М.: Форум, 2018. — 144 с.
2. Купцова Е. В. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2020. — 436 с.
3. Лопарева А. М. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2020. — 274 с.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.12 «Технология интервьюирования»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.12 «Технология интервьюирования» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-3	Способен выполнять функции по организации работы съемочной группы и освещению событий в прямом эфире и он-лайн трансляциях сетевых СМИ	ПК-3.1	способен спланировать и осуществить интервьюирование в соответствии с нормативной документацией, законодательством РФ в сфере СМИ
		ПК-3.2	способен организовывать работу съемочной группы, освещению событий в прямом эфире и он-лайн трансляциях сетевых СМИ

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/трудоовые и профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
11.005 А/Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ	ПК-3.1	владение знаниями о системных характеристиках печатных и электронных СМИ. владение знаниями о специфике интервьюирования умение ориентироваться в типологических параметрах современных СМИ; умение создавать гипертекст, формировать контент веб-издания в соответствии с требованиями актуальности, оперативности, мультиплатформатности владение навыками системного типологического анализа современных СМИ; владеть методикой работы с массовой информацией в мультимедийной, интерактивной среде
		11.005 А/Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ

**Объем дисциплины:** 4 ЗЕ (144 ч.)

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Введение. Жанровые разновидности интервью и приемы создания
Тема 2	Интервью-диалог. Интервью сообщение
Тема 3	Интервью-монолог. Интервью-сообщение
Тема 4	Аналитическое интервью. Проблемное интервью
Тема 5	Техническая и авторская работа журналиста. Методика проведения интервью
Тема 6	Подготовка вопросов для интервью
Тема 7	Интервью и подготовка материалов для разных СМИ. Режиссура интервью

Формы текущего контроля: устный опрос, тестирование, реферат, упражнения, сдача нормативов

**Формы промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнение практического задания.

**Основная литература:**

1. Обухова, Г. С. Основы мастерства публичных выступлений, или Как научиться владеть любой аудиторией (практические рекомендации) : практическое пособие / Г. С. Обухова, Г. Л. Климова. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. - 72 с. - ISBN 978-5-00091-633-9. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/987259> (дата обращения: 17.08.2020). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
2. Дятлова А. Е. Интервью в сетевых медиа: речевые средства установления контакта: автореф. дис. ... докт. филол. наук, г, 2018 – 111 с.
3. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2017. – 290 с.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.13 «Стратегии и тактики онлайн-продвижения»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.13 «Стратегии и тактики онлайн-продвижения» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	Способен выполнять функции по определению производственной и ресурсной мощности, необходимой для создания продукта	ПК-6.1	способен размещать заказы на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента
		ПК-6.2	способен определять производственную мощность, необходимую для создания медиапродукта, формировать оптимальный план подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/трудоустройство и профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-6.1	владение знаниями по стратегиям и тактикам онлайн продвижения в сфере медиа
		умение эффективного применения менеджмента, экспертного анализа и методов оценки рисков, бюджетирования и медиапроизводства
		владение навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий;
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-6.2	знание основных принципов анализа информации из различных источников, определения степени ее достоверности
		умение разрабатывать концепцию продвижения продукции любых СМИ;
		владение навыками использования современные ИКТ для анализа информации из различных источников;

**Объем дисциплины:** 4 ЗЕ (144 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование темы
Тема 1	Актуальное состояние интернет рынка. Реклама в интернете
Тема 2	Тексты, контексты, PR
Тема 3	Социальные медиа
Тема 4	Маркетинг, интернет торговля
Тема 5	Мобильный сегмент

Тема 6	Продажи в цифровой среде
Тема 7	Мониторинг
Тема 8	Видео продвижение. Финансирование интернет проектов
Тема 9	Моделирование digital стратегии

**Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ТЕОРИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 1. СТРАТЕГИИ, ЭФФЕКТИВНЫЙ БРЕНДИНГ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Музыкант В. Л. - Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва); Российский университет дружбы народов (г. Москва)., 2021 г. - 475 с. - ISBN 978-5-534-14309-6 – Режим

доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-integrirrovannyh-kommunikaciy-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-1-strategii-effektivnyy-brening-477307>

2. ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ТЕОРИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 2. SMM, РЫНОК M&A 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Музыкант В. Л. - Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва); Российский университет дружбы народов (г. Москва)., 2021 г. - 507 с. - ISBN 978-5-534-14314-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-integrirrovannyh-kommunikaciy-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-2-smm-rynok-m-a-477312>

3. ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Под общ. ред. Жильцовой О.Н. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва)., 2020 г. - 301 с. - ISBN 978-5-534-04238-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/internet-marketing-450115>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.14 «Продюсирование медиапроектов»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.14 «Продюсирование медиапроектов» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
ПК-7	Способен выполнять функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, презентационных материалов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы	ПК-7.1	способен реализовать рекламные кампании, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм,
		ПК-7.2	способен сформировать рекомендации для создания промороликов, разработать маркетинговых планов продвижения продукции

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/трудоые и профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-7.1	владение знаниями о методах, технологиях продюсирования медиапроектов
		умение создавать и управлять медиапроекты в соответствии с принципами и методами проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства
		владение навыками создания и управления медиапроектов
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-7.2	знание специфики создания медиапроектов
		Умение по разработке маркетинговых планов продвижения
		Навык организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановке кадров, координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы

**Объем дисциплины:** 4 ЗЕ (144 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование темы
Тема 1	Типы медиапроектов в Интернете. Основные понятия в управлении медиапроектами
Тема 2	Планирование медиапроекта
Тема 3	Ресурсы и бюджет медиапроекта
Тема 4	Риски и план реализации медиапроекта
Тема 5	Инструменты для создания медиапроектов. Основы UX/UI

Тема 6	Запуск и продвижение медиапроекта.
Тема 1	Типы медиапроектов в Интернете. Основные понятия в управлении медиапроектами
Тема 2	Планирование медиапроекта

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. ОСНОВЫ БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЯ СМИ 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Иваницкий В. Л. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2021 г. - 239 с. - ISBN 978-5-534-08351-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-biznes-modelirovaniya-smi-470555>
2. ДИЗАЙН НОВЫХ МЕДИА 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Литвина Т. В. - Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова (г. Москва), 2021 г. - 181 с. - ISBN 978-5-534-10964-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/dizaynnovyh-media-473415>



**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.15 «Социальные медиа и управление сообществами»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.15 «Социальные медиа и управление сообществами» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-5	Способен выполнять организационно-управленческие функции по разработке и реализации проекта сценарного материала	ПК-5.1	способен создавать и редактировать медиатексты в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность СМИ и медиа
		ПК-5.2	способен инициировать творческих идей для создания нового продукта

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-5.1	владение знаниями о грамматике, стилистике и фонетике русского языка
		умение создавать и редактировать медиатексты в соответствии с принципами и методами построения материалов в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность СМИ и медиа
		владение навыками создания и редактирования медиатекстов
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации СМИ	ПК-5.2	знание специфики организационного процесса создания нового продукта
		Умение грамотно и профессионально инициировать творческие идеи для создания нового продукта, сформировать требования к создаваемому сценарному материалу
		Навык ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала, контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала, оценке качества сценарного материала

**Объем дисциплины:** 4 ЗЕ (144 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Интернет как коммуникационная среда
Тема 2	Социальные медиа в сети Интернет
Тема 3	Сервисы социальных медиа
Тема 4	Социальные объекты в Интернет
Тема 5	Социальные медиа в профессиональной деятельности
Тема 6	Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе

**Формы промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания.

**Основная литература:**

1. ОСНОВЫ БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЯ СМИ 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Иваницкий В. Л. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2021 г. - 239 с. - ISBN 978-5-534-08351-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-biznes-modelirovaniya-smi-470555>
2. СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАТЕКСТ. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Дзялошинский И. М., Пильгун М. А. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2021 г. - 345 с. - ISBN 978-5-534-11621-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sovremennyyu-mediatekst-osobennosti-sozdaniya-i-funkcionirovaniya-475753>
3. ДИЗАЙН НОВЫХ МЕДИА 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Литвина Т. В. - Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова (г. Москва), 2021 г. - 181 с. - ISBN 978-5-534-10964-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/dizaynnovyh-media-473415>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.16 «Технологии создания он-лайнных медиапроектов»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.16 «Технологии создания он-лайнных медиапроектов» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-5	Способен выполнять организационно-управленческие функции по разработке и реализации проекта сценарного материала	ПК-5.1	способен создавать и редактировать медиатексты в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность СМИ и медиа
		ПК-5.2	способен инициировать творческих идей для создания нового продукта

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/трудоые и профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-5.1	владение знаниями о грамматике, стилистике и фонетике русского языка
		умение создавать и редактировать медиатексты в соответствии с принципами и методами построения материалов в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность СМИ и медиа
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-5.2	владение навыками создания и редактирования медиатекстов
		знание специфики организационного процесса создания нового продукта Умение грамотно и профессионально инициировать творческие идеи для создания нового продукта, сформировать требования к создаваемому сценарному материалу Навык ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала, контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала, оценке качества сценарного материала

**Объем дисциплины:** 5 ЗЕ (180 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем
Тема 1	Понятие онлайнный медиапроект. Элементы онлайнного медиапроекта.
Тема 2	Типы онлайнных медиапроектов. Специфика работы над онлайнным медиапроектом: мониторинг рынка цифровых медиапроектов.
Тема 3	Планирование онлайнного медиапроекта. Разновидности мультимедийного контента в рамках онлайнного медиапроекта.
Тема 4	Ресурсы и бюджет онлайнного медиапроекта.
Тема 5	Инструменты для создания онлайнных медиапроектов. Основы UX/UI.
Тема 6	Запуск и продвижение онлайнного медиапроекта.

Тема 7	Запуск пилотной версии онлайн-медиапроекта
Тема 8	Работа с мультимедийным и видео контентом: этапы и основные принципы создания.
Тема 9	Основы взаимодействия интерактивных мультимедийных элементов с текстовыми в рамках онлайн-медиапроекта.
Тема 10	Интерактивные иллюстрации как часть онлайн-медиапроекта.
Тема 11	Аудиовизуальный контент как элемент онлайн-медиапроекта
Тема 12	Методы оценки эффективности онлайн-медиапроекта.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. Свитиц Л.Г. Введение в специальность. Профессия журналист [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Свитиц Л.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2011.— 255 с.— <http://www.iprbookshop.ru/8855.html>
2. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения :учеб. пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 278 с. <https://idp.nwipa.ru:2920/viewer/E17CA08D-007B-47F5-9AC2-3028428F4FE7>
3. Ким М. Н. Основы теории журналистики: Учебное пособие. Стандарт третье-го поколения. Для бакалавров. — СПб.: Питер, 2013. — 288 с. <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=334070>
4. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика»/ Цвик В.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.— 495 с.— <http://www.iprbookshop.ru/34517.html>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.17 «Элективные курсы по физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.17 «Элективные курсы по физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1	способен объяснять важность участия в организованных физкультурно-оздоровительных и спортивных занятиях
		УК-7.2	способен поддерживать и развивать уровень своей физической подготовленности на основе самостоятельного выбора вида физкультурно-спортивной деятельности, исходя из личных и профессиональных целей

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК-7.1 УК-7.2	<i>сформированы знания</i> роли и основ физической культуры в развитии человека и подготовке специалиста;
		<i>сформированы умения</i> творчески использовать средства и методы физического воспитания для личностно-профессионального развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни;
		<i>сформированы навыки</i> владения системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств.

**Объем дисциплины:** 328 ч.

**Структура дисциплины:**

Легкая атлетика

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Беговые упражнения *Скоростно-силовая подготовка
Тема 2	Прыжки в длину с разбега «согнут ноги» *Функциональная тренировка
Тема 3	Прыжки в высоту с разбега способом «перешагивание»

№ п/п	Наименование тем (разделов)
	*Техническая подготовка
Тема 4	Метание малого мяча *Упражнения со специальным оборудованием
Тема 5	Подвижные игры с элементами легкой атлетики *Упражнения с собственным весом
Тема 6	Прикладно-ориентированная подготовка
Тема 7	Специальная физическая подготовка
Тема 8	Общая физическая подготовка

**Фитнес**

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Классическая аэробика
Тема 2	Степ-аэробика
Тема 3	Функциональная тренировка
Тема 4	Хореографическая подготовка *Пилатес, йога
Тема 5	Подготовка к показательным выступлениям *Упражнения на развитие мобильности и подвижности суставов
Тема 6	Прикладно-ориентированная подготовка
Тема 7	Специальная физическая подготовка
Тема 8	Общая физическая подготовка

**Спортивные игры**

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Техническая подготовка
Тема 2	Тактическая подготовка *Силовая подготовка
Тема 3	Интегральная подготовка
Тема 4	Игровая подготовка *Упражнения со специальным оборудованием
Тема 5	Функциональная тренировка
Тема 6	Прикладно-ориентированная подготовка
Тема 7	Специальная физическая подготовка
Тема 8	Общая физическая подготовка

**Формы промежуточной аттестации:** зачет в форме контрольного тестирования физической подготовленности

**Основная литература:**

1. Сапожникова, О. В. Фитнес: Учебное пособие / Сапожникова О.В., - 2-е изд., стер. - Москва: Флинта, 2017. - 143 с.: ISBN 978-5-9765-3232-8. - <https://znanium.com/catalog/product/959261>
2. Гришина, Ю. И. Общая физическая подготовка. Знать и уметь: Учебное пособие / Гришина Ю.И. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. - 249 с. ISBN 978-5-222-16306-1. <https://znanium.com/catalog/product/908430>
3. Евсеев, Ю. И. Физическая культура: Учебное пособие / Евсеев Ю.И., - 9-е изд., стер. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. - 444 с. ISBN 978-5-222-21762-7. <https://znanium.com/catalog/product/908476>
4. Татарова, С.Ю. Физическая культура как один из аспектов составляющих здоровый образ жизни студентов / С.Ю. Татарова, В.Б. Татаров. - Москва: Научный консультант, 2017. - ISBN 978-5-9909615-6-2. <https://znanium.com/catalog/product/1023871>
5. Психология физической культуры: Учебник / под ред. Яковлев Б.П. – Москва: Спорт, 2016. - 624 с. ISBN 978-5-906839-11-4. <https://znanium.com/catalog/product/914634>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.18.01 «Основы управления проектами в медиасфере»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.18.01 «Основы управления проектами в медиасфере» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-6	Способен выполнять функции по определению производственной и ресурсной мощности, необходимой для создания продукта	ПК-6.1	способен размещать заказы на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента
		ПК-6.2	способен определять производственную мощность, необходимую для создания медиапродукта, формировать оптимальный план подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-6.1	<p>владение знаниями об основных положениях законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд,</p> <p>владение знаниями о трудовом законодательстве Российской Федерации, современных технических средствах и технологиях для создания медийных продуктов.</p> <p>умение ориентироваться в передовом отечественном и зарубежном опыте, методах и инструментах эффективного менеджмента, основах экспертного анализа и методах оценки рисков</p> <p>умеет применять основы бюджетирования и медиапроизводства, драматургии, режиссуры и монтажа, основными сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания, принципами творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм;</p> <p>владение навыками размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд для создания медийных продуктов</p> <p>владение методикой работы с массовой информацией в мультимедийной, интерактивной среде</p>
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-6.2	<p>знание специфики определения производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта</p> <p>Умение грамотно и профессионально формировать оптимальный план подготовки и реализации</p>

		продукта, разработке производственного графика создания продукта
		Навык творческой оценки, оптимизации расходов создания и реализации нового продукта и возможных рисков при создании продукта, расчету финансовых средств

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Методология проектного управления в медиасфере.
Тема 2	Медийный проект как объект управления
Тема 3	Планирование и реализация проектов в медиасфере.
Тема 4	Инструменты и технологии управления проектами в медиасфере.
Тема 5	Процессы управления медиапроектом
Тема 6	Управление персоналом и коммуникациями в медиапроектной деятельности.
Тема 7	Анализ и управление рисками проекта в медиасфере
Тема 8	Финансирование проектной деятельности в медиасфере.
Тема 9	Коммуникационная эффективность продвижения медиапроекта
Тема 10	Социальная эффективность продвижения медиапроекта
Тема 11	Менеджмент контента медийного проекта.
Тема 10	Интерактивные иллюстрации как часть онлайн-медиапроекта.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия журналист [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Свитич Л.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2011.— 255 с.— <http://www.iprbookshop.ru/8855.html>
2. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения :учеб. пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 278 с. <https://idp.nwipa.ru:2920/viewer/E17CA08D-007B-47F5-9AC2-3028428F4FE7>
3. Ким М. Н. Основы теории журналистики: Учебное пособие. Стандарт третье-го поколения. Для бакалавров. — СПб.: Питер, 2013. — 288 с. <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=334070>
4. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика»/ Цвик В.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.— 495 с.— <http://www.iprbookshop.ru/34517.html>



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.18.02 «Проектная деятельность в медиасфере»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.18.02 «Проектная деятельность в медиасфере» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
ПК-6	Способен выполнять функции по определению производственной и ресурсной мощности, необходимой для создания продукта	ПК-6.1	способен размещать заказы на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента
		ПК-6.2	способен определять производственную мощность, необходимую для создания медиапродукта, формировать оптимальный план подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/трудо-вые и профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-6.1	<p>владение знаниями по основным положениям законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд, трудового законодательства Российской Федерации</p> <p>умение ориентироваться в современных технических средствах и технологиях для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт</p> <p>владение навыками создания медиапродукта, формирования оптимального плана подготовки и реализации продукта, разработки производственного графика создания продукта, творческой оценки, оптимизации расходов создания и реализации нового продукта и возможных рисков при создании продукта, расчету финансовых средств</p>
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-6.2	<p>знание специфики производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта, формированию оптимального плана подготовки и реализации продукта</p> <p>Умение грамотно формировать оптимальный план подготовки и реализации продукта</p> <p>Навык разработки производственного графика создания продукта</p>

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование темы
Тема 1	Сущность проекта и проектной деятельности.

Тема 2	Структура и содержание проекта.
Тема 3	Методология проектной деятельности..
Тема 4	Типы и виды проектов.
Тема 5	Подготовительный этап работы над медиапроектом
Тема 6	Принципы и методы планирования медиапроекта.
Тема 7	Создание организационной структуры медиапроекта
Тема 8	Моделирование продвижения и распространения медиапродукта.
Тема 9	Запуск пилотной версии медиапроекта
Тема 10	Современные технологии проектирования СМИ
Тема 11	Методы привлечения и работы с целевой аудиторией в рамках медиапроектирования.
Тема 12	Реализация проектной деятельности в медиа.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия журналист [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Свитич Л.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2011.— 255 с.— <http://www.iprbookshop.ru/8855.html>
2. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения :учеб. пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 278 с. <https://idp.nwipa.ru:2920/viewer/E17CA08D-007B-47F5-9AC2-3028428F4FE7>
3. Ким М. Н. Основы теории журналистики: Учебное пособие. Стандарт третье-го поколения. Для бакалавров. — СПб.: Питер, 2013. — 288 с. <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=334070>
4. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика»/ Цвик В.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.— 495 с.— <http://www.iprbookshop.ru/34517.html>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.18.03 «Проектный менеджмент в медиасреде»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.18.03 «Проектный менеджмент в медиасреде» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ПК-7	Способен выполнять функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, презентационных материалов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы	ПК-7.1	способен реализовать рекламные кампании, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм,
		ПК-7.2	способен сформировать рекомендации для создания промороликов, разработать маркетинговых планов продвижения продукции

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/трудоовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-7.1	владение знаниями о законодательстве Российской Федерации о рекламе
		умение ориентироваться методами проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-7.2	владение навыками реализации рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм
		знание специфики создания промороликов
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-7.2	Умение разработать маркетинговых планов продвижения продукции
		Навык организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга, ведению переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания, организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановке кадров, координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ (108 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Процессы и фазы управления проектом
Тема 2	Основные факторы, влияющие на проекты
Тема 3	Планирование проекта: методы и инструменты
Тема 4	Финансирование проектов и управление стоимостью проекта
Тема 5	Управление ресурсами проекта
Тема 6	Контроль и регулирование проекта. Менеджмент качества проекта

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. Бедердинова, О. И. Автоматизированное управление IT-проектами : учебное пособие / О.И. Бедердинова, Ю.А. Водовозова. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 92 с.
2. Бояркова, Т. Д. Управление проектами в условиях риска / Т. Д. Бояркова // Риск-ориентированное управление в государственном и корпоративном секторе экономики города Москвы : Сборник статей / Под ред. А.А. Шестемирова, М.В. Ефимовой. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Издательство «КноРус», 2020. – С. 292-299.
3. Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 422 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.01.01 «Лаборатория медиадизайна(творческие студии)»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Лаборатория медиадизайна(творческие студии)» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ПК-4	Способен осуществлять поиск идей/материалы и оценивать оригинальность идеи нового продукта, а также определять актуальность и целевую аудиторию нового продукта	ПК-4.1	способен определить основы международной политики; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; использовать современные информационно-коммуникационные технологии
		ПК-4.2	способен разрабатывать концепцию продвижения продукции любых СМИ и использовать современные ИКТ для анализа информации из различных источников

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/трудоые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.1	владение знаниями о системных характеристиках медиа контента.
		владение знаниями о специфике управления контентом
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.2	умение ориентироваться в законодательстве Российской Федерации и иных нормативных правовых актах, методических и нормативных документах, регламентирующих деятельность средств массовой информации;
		умение создавать гипертекст, формировать контент веб-издания в соответствии с требованиями актуальности, оперативности, мультиплатформатности
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.2	владение навыками системного типологического анализа современных СМИ;
		владеть методикой работы с массовой информацией в мультимедийной, интерактивной среде
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.2	знание специфики анализа информации из различных источников, определяет степень ее достоверности, ориентируется в новостном пространстве, информационном поле
		Умение грамотно и профессионально проанализировать конкретный журналистский материал;
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.2	Умение составить заявку на тему своего выступления в СМИ;
		спланировать творческий акт в целом и его отдельные операции

		Навык разработки концепции продвижения продукции любых СМИ и использования современные ИКТ для анализа информации из различных источников
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Объем дисциплины:** 5 ЗЕ (180 ч.).

**Структура дисциплины:**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 1	Особенности медиадизайна
Тема 2	Основные законы и правила композиции в дизайне
Тема 3	Соотношение между изобразительными элементами в кадре
Тема 4	Роль цвета в формировании дизайна и фирменного стиля
Тема 5	Принципы оформления медиаконтента
Тема 6	Шрифты в дизайне и принципы разработки фирменного знака
Тема 7	Дизайн аудиовизуальных СМИ

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Зельдович Б. З. - Московский политехнический университет (г. Москва), 2021 г. - 293 с. - ISBN 978-5-534-11729-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/mediamenedzhment-476217>
2. МЕНЕДЖМЕНТ. Учебник и практикум для вузов / Иванова И. А., Сергеев А. М. - Московский университет имени С.Ю. Витте (МИЭМП) (г. Москва), 2021 г. - 305 с. - ISBN 978-5- 534-04184-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/menedzhment-468949>
3. МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Учебник и практикум для вузов / Под общ. ред. Карповой С. В., Мхитарян С. В. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва); Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2021 г. - 404 с. - ISBN 978-5-9916-9070-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-v-otraslyah-i-sferah-deyatelnosti-469889>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.01.02 «Лаборатория контент-менеджмента (творческиестудии)»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Лаборатория контент-менеджмента (творческиестудии)» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-4	Способен осуществлять поиск идей/материалы и оценивать оригинальность идеи нового продукта, а также определять актуальность и целевую аудиторию нового продукта	ПК-4.1	способен определить основы международной политики; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; использовать современные информационно-коммуникационные технологии
		ПК-4.2	способен разрабатывать концепцию продвижения продукции любых СМИ и использовать современные ИКТ для анализа информации из различных источников

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/трудоые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.1 ПК-4.1	владение знаниями о системных характеристиках медиа контента.
		владение знаниями о специфике управления контентом
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.2	умение ориентироваться в законодательстве Российской Федерации и иных нормативных правовых актах, методических и нормативных документах, регламентирующих деятельность средств массовой информации;
		умение создавать гипертекст, формировать контент веб-издания в соответствии с требованиями актуальности, оперативности, мультиплатформатности
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.2	владение навыками системного типологического анализа современных СМИ;
		владеть методикой работы с массовой информацией в мультимедийной, интерактивной среде
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.2	знание специфики анализа информации из различных источников, определяет степень ее достоверности, ориентируется в новостном пространстве, информационном поле
		Умение грамотно и профессионально проанализировать конкретный журналистский материал;
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.2	Умение составить заявку на тему своего выступления в СМИ;
		спланировать творческий акт в целом и его отдельные операции
11.003 А / Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.2	Навык разработки концепции продвижения продукции любых СМИ и использования современные ИКТ для анализа информации из различных источников

**Объем дисциплины:** 5 ЗЕ (180 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем
Тема 1	Контент-менеджмент: введение в профессию
Тема 2	Веб-контент: специфика его создания и продвижения в интернете
Тема 3	Программы и сервисы для контент-менеджмента
Тема 4	Схемы подготовки веб-текстов
Тема 5	Графический контент для веб-текстов
Тема 6	Жизненный цикл контента. Платформы для эффективной работы
Тема 7	Системы управления контентом

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Зельдович Б. З. - Московский политехнический университет (г. Москва), 2021 г. - 293 с. - ISBN 978-5-534-11729-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/mediamenedzhment-476217>
2. МЕДИАПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ. Учебное пособие для вузов / Кириллова Н. Б. - Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург), 2021 г. - 109 с. - ISBN 978-5-534-08477-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/mediapolitika-gosudarstva-v-usloviyah-sociokulturnoy-modernizacii-473557>
3. МЕНЕДЖМЕНТ. Учебник и практикум для вузов / Иванова И. А., Сергеев А. М. - Московский университет имени С.Ю. Витте (МИЭМП) (г. Москва), 2021 г. - 305 с. - ISBN 978-5- 534-04184-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/menedzhment-468949>
4. ОСНОВЫ БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЯ СМИ 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Иваницкий В. Л. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2021 г. - 239 с. - ISBN 978-5-534-08351-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-biznes-modelirovaniya-smi-470555>
5. МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Учебник и практикум для вузов / Под общ. ред. Карповой С. В., Мхитарян С. В. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва); Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2021 г. - 404 с. - ISBN 978-5-9916-9070-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-v-otraslyah-i-sferah-deyatelnosti-469889>
6. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. Учебное пособие для вузов / Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2021 г. - 337 с. - ISBN 978-5-9916-9890-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-469810>



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.02.01 «Digital-коммуникации»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Digital-коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
ПК-7	Способен выполнять функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, презентационных материалов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы	ПК-7.1	способен реализовать рекламные кампании, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм,
		ПК-7.2	способен сформировать рекомендации для создания промороликов, разработать маркетинговых планов продвижения продукции

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/трудоые и профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-7.1	владение знаниями о законодательстве Российской Федерации о рекламе
		умение ориентироваться методами проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-7.2	владение навыками реализации рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм
		знание специфики создания промороликов
		Умение разработать маркетинговых планов продвижения продукции
		Навык организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга, ведению переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания, организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановке кадров, координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы

**Объем дисциплины:** 5 ЗЕ (180 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование темы
Тема 1	Digital-коммуникация и психология потребителя в сети
Тема 2	Основные виды интернет-продвижения

Тема 3	Разработка и продвижение сайта
Тема 4	Мобильный маркетинг
Тема 5	Лидогенерация
Тема 6	Google.Adwords

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билетам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372> (дата обращения: 02.10.2023).

2. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ЖУРНАЛИСТИКА 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Свитич Л. Г. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2021 г. - 205 с. - ISBN 978-5-534-04949-7 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/aktualnye-problemy-sovremennoy-nauki-i-zhurnalistika-470557>

3. ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ: ЖУРНАЛИСТИКА 3-е изд. Учебное пособие для вузов / Мисонжников Б. Я., Тепляшина А. Н. - Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург), 2021 г. - 190 с. - ISBN 978-5-534-10439-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/vvedenie-v-professiyu-zhurnalistika-475373>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.02.02 «Блогинг как технология интернет-коммуникаций»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Блогинг как технология интернет-коммуникаций» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-7	Способен выполнять функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, презентационных материалов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы	ПК-7.1	способен реализовать рекламные кампании, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм,
		ПК-7.2	способен сформировать рекомендации для создания промороликов, разработать маркетинговых планов продвижения продукции

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

<i>ОТФ/трудоые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-7.1	владение знаниями о законодательстве Российской Федерации о рекламе
		умение ориентироваться методами проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-7.2	владение навыками реализации рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм
		знание специфики создания промороликов
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-7.2	Умение разработать маркетинговых планов продвижения продукции
		Навык организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга, ведению переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания, организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановке кадров, координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы

**Объем дисциплины:** 5 ЗЕ (180 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование темы
Тема 1	Блог как персональное СМИ
Тема 2	Блог как инструмент создания персонального бренда
Тема 3	Блоги и блогосфера. Разновидности блогов
Тема 4	Этапы создания блога
Тема 5	Работа в программе Google Picasa
Тема 6	Работа в программе Google Docs

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен в форме устного собеседования по билету и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. НОВОСТНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА. НОВОСТИ ПРЕССЫ 2-е изд. Учебник и практикум для вузов / Шостак М. И. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2021 г. - 192 с. - ISBN 978-5-534-06311-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/novostnaya-zhurnalistika-novosti-pressy-470558>

2. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ЖУРНАЛИСТИКА 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Свитич Л. Г. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2021 г. - 205 с. - ISBN 978-5-534-04949-7 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/aktualnye-problemy-sovremennoy-nauki-i-zhurnalistika-470557>

3. ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ: ЖУРНАЛИСТИКА 3-е изд. Учебное пособие для вузов / Мисонжников Б. Я., Тепляшина А. Н. - Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург), 2021 г. - 190 с. - ISBN 978-5-534-10439-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/vvedenie-v-professiyu-zhurnalistika-475373>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.03.01 «Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты»**

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б.В.ДВ.03.01 «Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-9.1	Использует информационные технологии для простейших экономических расчетов	УК-9.1	Способен использовать информационные технологии для простейших экономических расчетов

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, технологического и маркетингового типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК-9.1	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• принципы функционирования компьютеров, операционных систем, вычислительных сетей, общесистемного и прикладного программного обеспечения.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• проектировать структуры данных и структурировать информацию;</li> <li>• вести поиск и отбор релевантной информации в интернете, информационно-библиографических базах;</li> <li>• решать повседневные информационных задач (создания текстов, презентаций, таблиц, баз данных)</li> </ul>

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ n/n	Наименование тем
Тема 1	Понятие современного русского литературного языка. Культура речи, её место в профессиональной компетенции
Тема 1	Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные
Тема 2	Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки
Тема 3	Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные профили
Тема 4	Как спастись от киберугроз в новую эпоху? Вопросы информационной безопасности
Тема 5	Введение в управление цифровой репутацией
Тема 6	Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций
Тема 7	Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты)
Тема 8	Виртуальная и дополненная реальность
Тема 9	Гибкие методологии управления проектами
Тема 10	Как создаются программы и что нужно, чтобы попасть в App Store или Google Play?
Тема 11	Что такое цифровая репутация
Тема 12	Целевая аудитория в сети
Тема 13	Стратегия управления цифровой репутацией
Тема 14	Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих
Тема 15	Управление конфликтами в социальных сетях

**Форма промежуточной аттестации:** зачет проходит в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. Попов А.М. Информационные технологии (Информатика) и математика. Юнити,2012.  
<http://www.iprbookshop.ru/7039.html>
2. Б. Я. Советов, В. В. Цехановский, В. Д. Чертовской. Базы данных: теория и практика: Учебник для вузов.М.: Высшая школа,2016. <http://biblio-online.ru/book/149B6F94-C061-4060-B255-E2DC8450CB08>  
Волков В. Б., Макарова Н. В. Информационные технологии (Цифровое общество и цифровое государство в новую технологическую эпоху, управление цифровой репутацией): Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. 1 издание, 2011 год, 576 стр., 1 ISBN 978-5-496-00001-7 // Издательский дом Питер.  
<http://www.piter.com/book.phtml?978549600001>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.03.02 «Цифровое общество и управление цифровой репутацией»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б.В.ДВ.03.02 «Цифровое общество и управление цифровой репутацией» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-9.1	Использует информационные технологии для простейших экономических расчетов	УК-9.1	Способен использовать информационные технологии для простейших экономических расчетов

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, технологического и маркетингового типов задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК-9.1	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• принципы функционирования компьютеров, операционных систем, вычислительных сетей, общесистемного и прикладного программного обеспечения.</li> </ul> <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• проектировать структуры данных и структурировать информацию;</li> <li>• вести поиск и отбор релевантной информации в интернете, информационно-библиографических базах;</li> <li>• решать повседневные информационных задач (создания текстов, презентаций, таблиц, баз данных)</li> </ul>

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ n/n	Наименование тем
Тема 1	Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные
Тема 2	Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки
Тема 3	Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные профили
Тема 4	Как спастись от киберугроз в новую эпоху? Вопросы информационной безопасности
Тема 5	Введение в управление цифровой репутацией
Тема 6	Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций
Тема 7	Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты)
Тема 8	Виртуальная и дополненная реальность
Тема 9	Гибкие методологии управления проектами
Тема 10	Как создаются программы и что нужно, чтобы попасть в App Store или Google Play?
Тема 11	Введение в искусственный интеллект
Тема 12	Разработка разговорного чат-бота на DialogFlow
Тема 13	Итоговое задание по чат-боту

**Форма промежуточной аттестации:** зачет проходит в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. Попов А.М. Информационные технологии (Информатика) и математика. Юнити, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/7039.html>
2. Б. Я. Советов, В. В. Цехановский, В. Д. Чертовской. Базы данных: теория и практика: Учебник для вузов. М.: Высшая школа, 2016. <http://biblio-online.ru/book/149B6F94-C061-4060-B255-E2DC8450CB08>
3. Волков В. Б., Макарова Н. В. Информационные технологии (Цифровое общество и цифровое государство в новую технологическую эпоху): Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. 1 издание, 2011 год, 576 стр., 1 ISBN 978-5-496-00001-7 // Издательский дом Питер. <http://www.piter.com/book.phtml?978549600001>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ФТД.01 «Антикризисный пиар»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина ФТД.01 «Антикризисный пиар» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
ПК-7	Способен выполнять функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, презентационных материалов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы	ПК-7.1	способен реализовать рекламные кампании, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм,
		ПК-7.2	способен сформировать рекомендации для создания промороликов, разработать маркетинговых планов продвижения продукции

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/трудоые и профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ и	ПК-7.1	владение знаниями о принципах, методах и технологиях медийных интернет-проектов
		умение планировать и осуществлять управление медийными интернет-проектами
		владение навыками поиска и принятия творческих решений в рамках реализации принципов социальной ответственности; владеть методикой работы с массовой информацией в мультимедийной, интерактивной среде
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-7.2	знание специфики отбора информации, приемов рекламы и связей с общественностью, особенности медиапродуктов на рынке СМИ
		Умение осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью спланировать творческий акт в целом и его отдельные операции
		Навык осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом; Навык эффективной самопрезентации

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Сравнительная характеристика основных параметров рекламной и PR-кампании



<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 2	Этапы организации и проведения рекламной и PR-кампании
Тема 3	Исследовательский этап подготовки рекламной и PR-кампании
Тема 4	Этап планирования рекламной и PR-кампании
Тема 5	Средства рекламной и PR-кампании
Тема 6	Вопросы реализации рекламной и PR-кампании
Тема 7	Оценка эффективности рекламной и PR-кампании

**Форма промежуточной аттестации:** зачет проходит в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ИНЖЕНЕРИЯ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Под ред. Ачкасовой В.А., Володиной Л.В. - Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург), 2021 г. - 351 с. - ISBN 978-5-534-08767-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-kak-socialnaya-inzheneriya-472133>
2. ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ. Учебник и практикум для вузов / Под ред. Венедиктовой Т.Д., Гудкова Д.Б. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2021 г. - 193 с. - ISBN 978-5-534-00242-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-teorii-kommunikacii-469722>
3. ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Гавра Д. П. - Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург), 2021 г. - 231 с. - ISBN 978-5-534-06317-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-teorii-kommunikacii-469805>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ФТД.02 «Разработка медийных интернет - проектов»

**Наименование образовательной программы:** Медиапродюсирование и медиаменеджмент

**Код и наименование направления подготовки:** 42.03.05 «Медиакоммуникации»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина ФТД.02 «Разработка медийных интернет - проектов» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-7	Способен выполнять функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, презентационных материалов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы	ПК-7.1	способен реализовать рекламные кампании, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм,
		ПК-7.2	способен сформировать рекомендации для создания промороликов, разработать маркетинговых планов продвижения продукции

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

ОТФ/трудовые и профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-7.1	владение знаниями о принципах, методах и технологиях медийных интернет-проектов
		умение планировать и осуществлять управление медийными интернет-проектами
		владение навыками поиска и принятия творческих решений в рамках реализации принципов социальной ответственности; владеть методикой работы с массовой информацией в мультимедийной, интерактивной среде
06.009 В / Организация продвижения продукции СМИ	ПК-7.2	знание специфики отбора информации, приемов рекламы и связей с общественностью, особенности медиапродуктов на рынке СМИ
		умение осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью спланировать творческий акт в целом и его отдельные операции
		навык осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом; Навык эффективной самопрезентации

**Объем дисциплины:** 2 ЗЕ (72 ч.).

**Структура дисциплины:**

№ п/п	Наименование тем
Тема 1	Элементы и инструменты проектной деятельности в медиа
Тема 2	Экономика и организация медиапроекта

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем</i>
Тема 3	Современные технологии проектирования медиапроектов
Тема 4	Идея и план медиапроекта. Используемые программные средства, ресурсы, информационные источники медиапроектов
Тема 5	Создание учебной презентации (MS Power Point)
Тема 6	Подготовка презентации собственного медиапроекта: планпроект, презентация, защит

**Форма промежуточной аттестации:** зачет проходит в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания

**Основная литература:**

1. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ. Учебник и практикум для вузов / Станкевич Л. А. - Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (г. Санкт-Петербург), 2021 г. - 397 с. - ISBN 978-5-534-02126-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/intellektualnye-sistemy-i-tehnologii-469517>

2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ. ТЕОРИЯ НАДЕЖНОСТИ. Учебное пособие для вузов / Богатырев В. А. - Национальный исследовательский университет ИТМО (г. Санкт-Петербург), 2021 г. - 318 с. - ISBN 978-5-534-00475-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/informacionnye-sistemy-i-tehnologii-teoriya-nadezhnosti-469873>

3. УПРАВЛЕНИЕ ИТ-ПРОЕКТАМИ И ПРОЦЕССАМИ. Учебник для вузов / Чекмарев А. В. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2021 г. - 228 с. - ISBN 978-5-534-11191-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/управление-it-proektami-i-processami-474109>