Аннотация рабочих программ дисциплин (модулей)

Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

- УК-4.1 - Выбирает на иностранном языке коммуникативно приемлемые стратегии академического и профессионального общения;
- УК-4.5 - Владеет интегративными коммуникативными умениями в устной и письменной иноязычной речи в ситуациях академического и профессионального общения;

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

- ОПК-1.3 - Управляет процессом подготовки востребованных обществом и индустрией медиапроектов и (или) медиапродуктов с учетом изменений норм иностранного языка и особенностей иных знаковых систем.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является формирование иноязычной профессионально-ориентированной коммуникативной компетенции студентов, позволяющей им интегрироваться в международную профессиональную среду и использовать профессиональный иностранный язык как средство межкультурного академического и профессионального общения.

Задачи учебной дисциплины:

- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого в бакалавриате;
- овладение обучающимися иноязычной коммуникативной компетенцией (ИКК) на уровне, достаточном для решения коммуникативных задач в учебно-познавательной сфере общения, а также для обеспечения основ научного общения и использования иностранного языка для самообразования в выбранном направлении.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.О.02 Разработка и реализация коммуникационной стратегии

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-1 – Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать

изменение норм русского и иностранных языков, особенностей иных знаковых систем:

- ОПК-1.1 - Планирует, организует и координирует все этапы производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование знаний и умений, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в организациях, освоением и применением различных технологий с учетом сфер деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать представление о понятиях «бизнес-цели», «маркетинговые цели», «медийные цели» компании;
- научиться определять стратегию информационной политики компании в зависимости от сферы деятельности, масштаба компании, её целей и задач;
- освоить технологии проведения коммуникационного аудита, конкурентного анализа, формирования креативной и медийной стратегии.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.03 Информационная безопасность в медиапроизводстве

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии:

- ОПК-6.1 - Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности;
- ОПК-6.2 - Адаптирует возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств в медиаотрасли.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование знаний и умений в сфере обеспечения информационной безопасности в медиапроизводстве.

Задачи учебной дисциплины:

- изучение основных угроз информационной безопасности в медиапроизводстве, их носителей и методов защиты от них;
- формирование системных представлений об аудите и политике информационной безопасности в медиапроизводстве;

- освоение методик проведения аудита информационной безопасности и создания политики информационной безопасности в медиапроизводстве;
- изучение программных продуктов для обеспечения информационной безопасности в медиапроизводстве.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.04 Социология медиакоммуникации и медиапотребления

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

- ОПК-4.1 - Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп;
- ОПК-4.2 - Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части рабочего учебного плана подготовки магистров блока Б1 по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у студентов знаний и умений социологического анализа медиакоммуникации и медиапотребления, как целостной системы, так и отдельных звеньев этой системы, выработка навыков интерпретации результатов социологических исследований в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты.

Задачи учебной дисциплины:

- выработать у студентов понимание сущности общества потребления социальных институтов и сфер потребления информации;
- сформировать знания о методологических подходах к изучению поведения потребителей информации, товаров и услуг, умений их использования в аналитической работе, консультировании и экспертизе;
- выработать у студентов умения и навыки применения количественных и качественных методов исследования информационных потребностей и предпочтений аудитории СМИ, рекламы и связей с общественностью и восприятия сообщений для прогнозирования реакций аудиторий и интерпретации данных;
- выработать умения и навыки применения контент-анализа для исследования потребностей, интересов и ценностей общества и целевых аудиторий, и интерпретации данных.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

- УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии;
- УК-5.2 Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп;
- УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды в процессе межкультурного взаимодействия;

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

- ОПК-3.1 Выявляет и оценивает тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса при создании медиапродуктов;
- ОПК-3.2 Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у студентов систематизированных научных представлений и компетенций, позволяющих правильно понимать характер современных культурных процессов в обществе, анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия, соотносить полученные знания со своей профессиональной деятельностью.

Задачи учебной дисциплины:

- усвоение студентами системы знаний о важнейших этнических, конфессиональных, ценностных, идеологических процессах современного общества;
- ознакомление будущих специалистов с актуальными методиками изучения и описания современных процессов межкультурного взаимодействия, анализа и оценки цифровой культуры, культурной политики и креативных индустрий;
- формирование умений и навыков мониторинга социокультурных процессов в обществе, особенностей региональной культурной среды.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.О.06 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности

Общая трудоемкость дисциплины: 6 з. е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

- УК-4.2 - Владеет культурой письменного и устного оформления профессионально ориентированного текста на государственном языке РФ;
- УК-4.3 - Демонстрирует способность осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормами и стилями государственного (русского) языка РФ;
- УК-4.4 -- Аргументировано и конструктивно отстаивает свои позиции и идеи в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ
- УК-4.6 - Умеет составлять и редактировать профессионально ориентированные тексты, а также академические тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т. д.);

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

- ОПК-1.2 - Управляет процессом подготовки востребованных обществом и индустрией медиапроектов и (или) медиапродуктов с учетом изменений норм русского языка и особенностей иных знаковых систем

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: создание у обучающихся целостного, всестороннего и глубокого представления о происхождении, устройстве и функционировании современного русского языка и формирование на этой основе грамотной языковой личности магистра, способного стилистически правильно выражать свои мысли, активно пользоваться всеми возможностями русского языка при подготовке материала в различных формах и жанрах массмедиа.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование специалиста, знающего основные правила и приемы литературного редактирования; умеющего подготовить текст к публикации; владеющего коммуникативными технологиями для академического и профессионального взаимодействия.
- изучить основные вопросы о языке, его функциях, уровнях и формах существования; о проблемах языка и мышления, языка и речи; о генеалогическом древе языков мира и славянских языков; о законах развития языка и активных процессах, происходящих в языковой системе: лексике, фразеологии, словообразовании, морфологии и синтаксисе; о вариативности нормы на разных уровнях и речевых и стилистических ошибках;
- иметь представление о трансформации отношений между различными формами существования русского национального языка на современном этапе его развития; о типах речевой культуры;
- изучить взаимодействие и взаимовлияние современного орфоэпического медиастандарта и литературной нормы; орфоэпический минимум и изменения в современном русском произношении и ударении;

- овладеть интегративными умениями в результате использования коммуникативных технологий для участия в устном профессиональном и академическом дискурсе; повысить уровень информационной культуры;
- изучить нормативную лингвистическую базу для литературного редактирования текстов разных стилей;
- получить умения и навыки, связанные с подготовкой редактируемого текста к печати на основе его анализа, оценки и улучшения в соответствии с целями коммуникации, замыслом автора, восприятием читателя, с учетом современной лингвоэкологической ситуации, а также с учетом действующих в сфере массмедиа лингвоправовых и лингвоэтических норм.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.О.07 Медиаобеспечение работы общественных и государственных институтов

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

- ОПК-2.1 - Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов;
- ОПК-2.2 - Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: ознакомление студентов с технологиями медиарилейшнз, применяемых в практике СО, в деятельности общественных и государственных институтов.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство с методами анализа и проектирования коммуникативной среды компании;
- осваивание студентами форм и практических приемов взаимодействия со СМИ, применяемых в деятельности СО-специалиста;
- овладение навыками использования методов информационной работы компаний со средствами массовой информации и общественностью;
- изучение принципов планирования и программирования, а также организации работы современной пресс-службы.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.О.08 Стратегии устойчивого развития компаний

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з. е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

- ОПК-7.1 - Прогнозирует эффекты и возможные последствия профессиональной деятельности, демонстрирует знание концепции ее социальной ответственности;
- ОПК-7.2 - Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами в медиаотрасли.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование знаний и умений, связанных с коммуникационным обеспечением экологической, социальной и управленческой стратегии развития компаний.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать представление о понятиях «устойчивое развитие компании», «ESG-принципы деятельности»;
- научиться определять основных стейкхолдеров компании;
- освоить технологии создания и обеспечения коммуникации в рамках реализации стратегии устойчивого развития компаний.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.О.09 Правовое и этическое регулирование медиасферы

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

- ОПК-5.1 - Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- ОПК-5.2 - Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у студентов знаний о концепциях, методах и формах регулирования маркетинговой деятельности как неотъемлемой составляющей регулирования конкурентных отношений и защиты экономических прав агентов рынка.

Задачи учебной дисциплины:

- обобщить концептуальные теоретические подходы к регулированию маркетинговой деятельности как составляющей регулирования экономики в целом;
- охарактеризовать взаимосвязи и взаимозависимость саморегулирования и государственного регулирования маркетинговой деятельности;
- уточнить взаимосвязи регулирования маркетинговой деятельности, конкурентных отношений и защиты прав потребителей;
- проанализировать опыт саморегулирования и государственного регулирования маркетинговой деятельности за рубежом, взаимосвязи этих двух подходов на основе международного опыта;
- установить принципы корректного соотношения методов государственного и саморегулирования маркетинговой деятельности на современном этапе;
- на основе комплексного подхода исследовать взаимосвязь между регулированием маркетинговой деятельности, антимонопольной, конкурентной политикой государства и защитой экономических прав потребителей;
- провести практический анализ положений, регулирующих маркетинговую деятельность в регионе и в России в целом, их влияние на конкурентные отношения и защиту прав потребителей.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований

Общая трудоемкость дисциплины: 5 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

- УК-1.2 - Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников;

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

- УК-4.2 - Владеет культурой письменного и устного оформления профессионально ориентированного текста на государственном языке РФ;
- УК-4.6 - Умеет составлять и редактировать профессионально ориентированные тексты, а также академические тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т. д.);

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

- ОПК-2.1 - Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов;

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

- ОПК-4.1 - Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: теоретическое и практическое овладение современной методологией исследования функционирования средств массовой информации и представление для коллективного обсуждения магистрантами проанализированного эмпирического материала или результатов исследования для выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

Задачи учебной дисциплины:

- развитие научного сознания и мышления будущих медиаспециалистов;
- знакомство студентов с методологией научного познания;
- изучение сопряженности методологии научных исследований в области гуманитарных наук с современными отраслями междисциплинарных исследований, открывающих общие и частные закономерности функционирования средств массовой коммуникации и массовой информации;
- постижение конкретно-исторического развития научной мысли, формирование научных парадигм, сформировавших важнейшие отрасли современной науки, в том числе, гуманитарной;
- понимание специфики научного подхода к изучению различных сфер деятельности средств массовой коммуникации и массовой информации, выбора методики исследования функций, предмета, методов формирования содержания массовых информационных потоков для научных исследований и повседневной работы журналиста;
- выработка навыка определения параметров содержания медиатекстов для использования их в научных исследованиях и профессиональной деятельности;
- выработка навыка самостоятельного научного исследования и популяризации научного знания;
- закрепление представлений о легитимности и корректности использования информационных ресурсов в научной и творческой деятельности;
- формирование умения готовить и презентовать результаты научно-исследовательской работы;
- формирование умения обсуждать результаты научно-исследовательской работы однокурсников;
- приобретение студентами опыта рефлексивного отношения к своему труду;
- актуализация у студентов готовности и потребности в непрерывном самообразовании, профессиональном самосовершенствовании и личностном развитии.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой, экзамен.

Б1.О.11 Основы медиакоммуникаций

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

- ОПК-5.2 - Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: освоение понятия медиакоммуникации; овладение принципами построения эффективной медиакоммуникации.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с основными понятиями и терминами;
- познакомить студентов с основными вехами развития медиакоммуникации в социуме;
- дать представления о составляющих процесса медиакоммуникации.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.01 Проектный менеджмент в медиасфере

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

- УК-2.1 Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений;
- УК-2.2 Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы, использует актуальное ПО;
- УК-2.3 Проектирует смету и бюджет проекта, оценивает эффективность результатов проекта;
- УК-2.4 Составляет матрицу ответственности и матрицу коммуникаций проекта;
- УК-2.5 Использует гибкие технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами;

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.1 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов;
- ПК-2.3 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование компетенций по разработке и продвижению коммуникационных проектов в медиасфере.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство студентов с основными профессиональными терминами в области проектного менеджмента,
- формирование целостного представления о проектном менеджменте в медиасфере,
- знакомство с функциональными обязанностями менеджера по проектам.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.02 Теория и практика аргументации

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

- УК-1.1 Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации;
- УК-1.2 Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников;
- УК-1.3 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая достоинства и недостатки.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: знакомство обучаемых с основными принципами и нормами аргументационного анализа речи, формирования у них сознательного и ответственного отношения к речи, умений грамотно вести дискуссию, распознавать уловки недобросовестных ораторов, строить свою речь аргументировано и ясно.

Задачи учебной дисциплины:

- дать обучающимся знания о современной теории аргументации;
- познакомить их с основными концепциями аргументации, логическими основами аргументации, основами прагматики, теоретическими положениями о коммуникативной природе аргументативного дискурса и аргументативной природе речи, связи аргументации с логикой и риторикой;
- освоение основных приемов и правил анализа аргументативного дискурса, ведения дискуссии и подготовки аргументативных текстов.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.В.03 Медиапроекты в сфере культуры

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.1 Проводит маркетинговый анализ и использует выявленные данные о свободных нишах и потребностях целевых групп при разработке и (или) реализации медиапроектов и иных коммуникационных продуктов;
- ПК-1.2 Определяет бюджеты медиапроектов и возможные источники их финансирования;
- ПК-1.4 Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов;

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов.

- ПК-2.2 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: изучение роли рекламной и СО-деятельности в формировании системы социокультурных связей, а также формирование способности создавать медиапроекты для продвижения учреждений сферы культуры и их услуг.

Задачи учебной дисциплины:

- изучение различных видов рекламных и PR-технологий, используемых в продвижении учреждения культуры;
- раскрытие сущности общих и отличительных черт традиционных и новых технологий рекламной и PR-коммуникации;
- развитие творческой активности студентов, коммуникативных навыков и профессиональной компетентности при создании медиапроектов;
- воспитание исследовательского и критического мышления, построение и последовательная реализация индивидуальной траектории профессионального саморазвития.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.04 Маркетинг в социальных медиа

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.3 Формирует и планирует работу авторских коллективов медиапроектов;
- ПК-1.4 Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов.

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.2 - Осуществляет контроль и оценку эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у слушателей комплекса компетенций по использованию инструментов маркетинга в социальных медиа.

Задачи учебной дисциплины:

- обеспечить слушателей знаниями формирования коммуникационной стратегии в социальных сетях и мессенджерах,
- сформировать навыки ведения и продвижения аккаунтов и групп, формирования активного комьюнити в социальных сетях;

– познакомить с многообразием коммуникационных профессий в социальных медиа.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

- УК-3.1 Планирует организацию работы команды и руководство ею с учетом индивидуально-психологических особенностей каждого ее члена;
- УК-3.2 Вырабатывает конструктивную командную стратегию для достижения поставленной цели.

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

- УК-6.1 - Оценивает свои личностные ресурсы на основе самодиагностики и самооценки;
- УК-6.2 - Определяет и реализовывает приоритеты своей деятельности и способы ее совершенствования.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у магистрантов систематизированных научных представлений, практических умений и компетенций в области современных теорий личности и технологий ее развития.

Задачи учебной дисциплины:

- усвоение магистрантами системы знаний об современных теориях личности и технологиях ее развития как области психологической науки, о прикладном характере этих знаний в области их будущей профессиональной деятельности;
- формирование у студентов умений, навыков и компетенций, направленных на развитие и саморазвитие личности профессионала;
- укрепление у обучающихся интереса к глубокому и детальному изучению современных теорий личности и технологий ее развития, практическому применению полученных знаний, умений и навыков в целях собственного развития, профессиональной самореализации и самосовершенствования.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.06 Организационная культура медиакомпаний

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.3 Формирует и планирует работу авторских коллективов медиапроектов.

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.1 - Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов;
- ПК-2.2 - Осуществляет контроль и оценку эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью освоения учебной дисциплины является: предоставление целостного представления об основных социально-психологических закономерностях возникновения и функционирования социальных групп, групповых процессах, определяющих эффективность деятельности организации на примере медиакомпаний.

Задачи учебной дисциплины:

- овладение современными представлениями о внутренних связях и отношениях в организациях;
- изучение современных концепций, типологий организаций;
- формирование системного представления о видах и способах организации внутрикорпоративной коммуникации;
- изучение возможных способов использования инструментов внутрикорпоративных СО в деле укрепления имиджа организации, повышения ее цельности;
- прояснение значения внутрикорпоративных отношений для связей с общественностью.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.В.07 Создание медиапродукта

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.1 - Проводит маркетинговый анализ и использует выявленные данные о свободных нишах и потребностях целевых групп при разработке и (или) реализации медиапроектов и иных коммуникационных продуктов;
- ПК-1.2 - Определяет бюджеты медиапроектов и возможные источники их финансирования;
- ПК-1.3 - Формирует и планирует работу авторских коллективов медиапроектов.

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.2 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции и содержания медиапродукта, его воплощения, а также экспертной оценки.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с основными видами медиапродуктов;
- научить формировать общую концепцию медиапроектов, определять ключевые проблемы и профили целевых аудиторий;
- научить верно определять ключевые послания медиапродуктов;
- знать специфику оформления, презентации медиапроектов и представления их для потенциальных инвесторов и на профессиональных конкурсах.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.08 Видеопродакшн для социальных медиа

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.2 - Определяет бюджеты медиапроектов и возможные источники их финансирования;
- ПК-1.4 - Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов.

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов

- ПК-2.2 Осуществляет контроль и оценку эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование способностей разрабатывать концепцию создания новых медиапродуктов в аудиовизуальном формате для различных социальных медиа и реализовывать ее в пилотном творческом проекте.

Задачи учебной дисциплины:

- освоение принципов разработки новых пилотных видеопроектов для различных сетевых платформ с учетом особенностей информационного поведения аудитории и возможностей их продвижения;
- формирование умения руководить процессом создания творческого пилотного видеопроекта для конкретной платформы;

- закрепление владения навыком выбора площадки для размещения творческого видеопроекта, а также эффективной стратегии его продвижения.
Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.09 Презентация медиапродукта

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.5 Организует коммуникацию с заказчиком по вопросам создания, продвижения и оценки эффективности медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: освоение навыка разработки стратегии медиапроектов в соответствии с брифом заказчика.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство с понятием брифа (технического задания) и его основных компонентов;
- осваивание студентами форм и практических приемов адаптации брифа к проектной деятельности в сфере коммуникации;
- формирование представления о понятиях бизнес-, маркетинговой, коммуникационной и медиастратегии;
- овладение навыками презентационной работы над отдельными этапами медиапроекта.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Б1.В.10 Технология переговорного процесса

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.5 Организует коммуникацию с заказчиком по вопросам создания, продвижения и оценки эффективности медиапроектов.

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.3 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: ознакомить студентов с особенностями делового общения в современных условиях и спецификой

организации эффективного переговорного процесса, сформировать навыки ведения эффективных переговоров.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с основными видами споров;
- познакомить с основными условиями эффективного спора;
- ознакомить с правилами и приемами проведения переговоров в той или иной ситуации;
- дать сведения об основных способах воздействия на оппонента в различных коммуникативных ситуациях.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Б1.В.11 Сторителлинг и спичрайтинг

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.4 интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: представить обучающимся вопросы теории современного сторителлинга и спичрайтинга, сформировать умения и навыки практической работы с рекламными, PR-текстами, текстами деловой коммуникации (навыки анализа информации и подготовки собственных текстов), создания рекламных историй.

Задачи учебной дисциплины:

- ознакомиться с эффективными практиками сторителлинга в журналистике в современных мировых и российских СМИ;
- овладеть общими и специальными принципами сторителлинга и спичрайтинга;
- научиться создавать мультимедийные публикации в различных форматах сторителлинга.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.12 Бизнес-аналитика

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.1 Проводит маркетинговый анализ и использует выявленные данные о свободных нишах и потребностях целевых групп при

разработке и (или) реализации медиапроектов и иных коммуникационных продуктов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: изучение методов количественного выражения взаимосвязей экономических процессов и явлений; освоение методов анализа информации и прогнозирования развития социально-экономических процессов.

Задачи учебной дисциплины:

- ознакомиться с методами обработки, анализа и систематизации нечисловых, интервальных, панельных данных, временных рядов;
- овладеть методами количественного выражения взаимосвязей экономических процессов и явлений;
- научиться строить модели временных рядов, модели панельных данных социально-экономических процессов и оценивать их адекватность.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.13 Кризисные коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.6 осуществляет профессиональную деятельность в сфере медиакоммуникаций учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование основ знаний о значении кризисных коммуникации в медиакоммуникациях, их взаимосвязь с экономическими и организационными процессами, получение комплексной системы знаний о теории и практике управления кризисами, актуальных проблемах и путях их разрешения.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование у студентов системы знаний о кризисных коммуникациях;
- овладение методикой диагностики кризисного состояния организации;
- формирование навыков разработки стратегии и тактики антикризисного управления организацией.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.01.01 Событийный маркетинг в медиасреде

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.3 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части блока Б1, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у слушателей комплексного представления о событиях как одном из ключевых инструментов успешной коммуникационной стратегии.

Задачи учебной дисциплины:

- дать студентам понятие событийного маркетинга как одной из составляющих интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- привить навыки планирования и реализации Event (события);
- научить анализу и оценке эффективности Event (события).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.01.02 Имидж в медиасреде

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.3 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части блока Б1, формируемой участниками образовательного процесса, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: дать представление о специфике создания имиджа публичной персоны, организации, органа государственной власти и иного актора за счет медиарилейшнз и паблисити, с одной стороны, и медийного (в том числе конфликтогенного) дискурса, с другой.

Задачи учебной дисциплины:

- выяснить различные точки зрения на имидж (разнообразных субъектов ПР-деятельности). Выявить задачи, медийные и немедийные средства имиджмейкинга в различных сферах.

- сформировать навыки коррекции имиджа за счет СМИ.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.02.01 Визуализация в медиакоммуникации

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.1 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов;
- ПК-2.3 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: подготовка специалистов, владеющих навыками визуализации медиапроектов.

Задачи учебной дисциплины:

- освоение теоретических знаний и практических навыков в области создания реалистических изображений статического и динамического характера для иллюстрации рекламных и СО- проектов;
- овладение принципами и техниками использования средств цифровых мультимедийных технологий и мультимедиа приложений.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.02.02 Аудиоформаты в медиапространстве

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.4 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний.

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.2 Осуществляет контроль и оценку эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: развитие авторского подхода к созданию разного типа медиапродуктов.

Задачи учебной дисциплины:

- получение навыков в анализе изобразительно-выразительных средств разных типов медиа;

– владение технологиями создания медиапродуктов (от сценария до монтажа).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.03.01 Нейрогеймификация в медиасфере

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

– ПК-1.4 Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов.

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

– ПК-2.2 Осуществляет контроль и оценку эффективности медиапроектов и результатов работы авторских коллективов

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: создание у обучающихся целостного представления о целях, видах и технологиях нейрогеймификации в медиасфере; формирование на этой основе навыков проектирования креативного геймифицированного продукта с использованием инструментов искусственного интеллекта (ИИ).

Задачи учебной дисциплины:

– овладение обучающимися базовой терминологией в области геймификации и применения инструментов искусственного интеллекта в медиасфере;

– рассмотрение философского и психологического подходов к категории игры (классические и современные концепции);

– формирование представления о ключевых коммуникационных трендах и основных направлениях академической дискуссии в гуманитарной науке по ним;

– определение перспектив коллаборации геймификации с ключевыми коммуникационными трендами;

– знакомство с потенциалом нейросетей в решении коммуникационных задач;

– развитие компетенций в области взаимодействия с искусственным интеллектом и навыков разработки креативного продукта с применением ИИ-инструментов (нейросетей).

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Б1.В.ДВ.03.02 Тексты в медиакоммуникации

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.4 Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.3 Определяет потенциальные площадки размещения и каналы распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции и содержания медиакоммуникационных сообщений и их воплощения, а также экспертной оценки.

Задачи учебной дисциплины:

- Сформировать представление о структуре медиакоммуникационного текста и его признаках;
- Систематизировать представление о жанровой структуре медиакоммуникационных текстов;
- выработать навыки анализа и конструирования медиакоммуникационных текстов различных типов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

ФТД.В.01 Творческая лаборатория по рекламе

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний:

- ПК-1.4 Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов.
- ПК-1.5 Организует коммуникацию с заказчиком по вопросам создания, продвижения и оценки эффективности медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б3 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

- ознакомить студентов с практическими знаниями в области творчества, с творческой деятельностью и креативностью.

Задачи учебной дисциплины:

- научить студентов навыкам создания рекламных сообщений, используя знания в области творчества и креативных коммуникаций.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

ФТД.В.02 Творческая лаборатория по СО

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов:

- ПК-2.1 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б3 учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является: обучение основным понятиям курса, формирование целостного представления у студентов об основных жанровых разновидностях PR-текстов (письменных и устных), а также использование полученных знаний для создания собственных текстов.

Задачи учебной дисциплины:

- ознакомление студентов с основными понятиями жанровой типологии PR-текстов;
- формирование представления о многообразии PR-текстов, правилах их оформления и способах рассылки;
- создание собственных PR-текстов в рамках изучаемых тем.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотации программы учебной и производственной практик

Б2.В.01(П) Производственная практика (профессионально-творческая)

Общая трудоемкость практики 9 з. е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты (ПК-1.2, ПК-1.5):

- ПК-1.2 – Определяет бюджеты медиапроектов и возможные источники их финансирования;

- ПК-1.5 – Организует коммуникацию с заказчиком по вопросам создания, продвижения и оценки эффективности медиапроектов.

Место практики в структуре ОПОП: Практика относится к вариативной части дисциплин блока Б2, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации программа «Массмедиа и контент-маркетинг».

Целью производственной профессионально-творческой практики является реализация в практике теоретических знаний об особенностях профессиональной авторской деятельности: приобретение обучающимися соответствующих профессиональных умений, навыков и компетенций авторской деятельности в массмедиа.

Задачи практики:

- приобретение и совершенствование умений и навыков в поиске и выборе тем и проблем, соответствующих выполнению медиакоммуникационных задач и целей контент-маркетинга;

- овладение умениями и навыками получения информации методом интервью экспертов, а также анализа, отбора и систематизации полученных сведений для создания и продвижения медиапродукта;

- получение умений и навыков в работе с различными источниками медийной информации и соответственно в анализе, проверке, обработке и систематизации собранной информации;

- овладение умениями и навыками проверки достоверности полученных сведений;

- осваивание умений и навыков по разграничению и систематизации фактов и мнений;

- выработка умений применять профессиональные этические нормы на всех этапах профессиональной деятельности;

- овладение умениями и навыками в создании медиатекстов и медиапродукта (умение анализировать ситуацию, выявлять положительные и отрицательные тенденции; творчески подходить к постановке проблемы, использовать креативные ресурсы медиакоммуникации и т. д.);

- овладение умениями и навыками в подготовке медиапродукта с учетом требований (нормы, стандарты, форматы, стили, технологические особенности), принятых в конкретном медиа.

Тип практики (ее наименование): производственная практика, профессионально-творческая.

Способ проведения практики: стационарная и выездная.

Форма проведения практики: реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

Разделы (этапы) практики:

1. Подготовительный (организационно-творческий)
2. Основной (производственно-творческий)
3. Заключительный (информационно-аналитический)

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Б2.В.02(П) Производственная практика (организационно-творческая)

Общая трудоемкость практики 9 з. е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов (ПК-2.1-2.3):

- ПК-2.1 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов;
- ПК-2.2 Формирует организационную структуру и штатное расписание медиакомпаний и их отдельных подразделений, а также медиапроектов;
- ПК-2.3 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов.

Место практики в структуре ОПОП: Практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б2 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации, программа «Массмедиа и контент-маркетинг».

Целью данной практики является приобретение профессиональных умений, навыков и компетенций в различных направлениях проектно-аналитической деятельности в массмедиа, а также умения глубоко и в диалектических связях в целом воспринимать предмет профессии.

Задачами практики являются:

- освоение стандартов, форматов, стилей, технологических требований, принятых в различных массмедиа;
- совершенствование опыта в поиске тем и проблем, для осуществления проектно-аналитической деятельности;
- овладение умениями и навыками в подготовке медиапроекта с учетом требований (нормы, стандарты, форматы, стили, технологические особенности), принятых в конкретном медиа.
- участие в разработке и управлении медиапроектами;
- презентация медиапроекта или его части.

Тип практики (ее наименование): производственная практика, организационно-творческая.

Способ проведения практики: стационарная, выездная

Форма проведения практики: реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

Разделы (этапы) практики:

1. Подготовительный (организационный)
2. Основной (творческий)
3. Заключительный (организационно-аналитический)

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Б2.В.03(П) Производственная практика (проектно-аналитическая)

Общая трудоемкость практики 9 з. е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний (ПК-1.1., ПК-1.3, ПК-1.4):

- ПК-1.1 Проводит маркетинговый анализ и использует выявленные данные о свободных нишах и потребностях целевых групп при разработке и (или) реализации медиапроектов и иных коммуникационных продуктов;
- ПК-1.3 Формирует и планирует работу авторских коллективов медиапроектов;
- ПК-1.4 Руководит процессом создания нового формата или концепции творческих медиапроектов.

Место практики в структуре ОПОП: Практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б2 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации программа «Массмедиа и контент-маркетинг».

Целью практики является реализация в практике теоретических знаний об особенностях профессиональной авторской деятельности: приобретение обучающимися соответствующих профессиональных умений, навыков и компетенций авторской деятельности в массмедиа.

Задачами практики являются:

- приобретение и совершенствование умений и навыков в поиске и выборе тем и проблем, соответствующих выполнению медиакоммуникационных задач и целей контент-маркетинга;
- овладение умениями и навыками получения информации методом интервью экспертов, а также анализа, отбора и систематизации полученных сведений для создания и продвижения медиапродукта;
- получение умений и навыков в работе с различными источниками медийной информации и соответственно в анализе, проверке, обработке и систематизации собранной информации;
- овладение умениями и навыками проверки достоверности полученных сведений;
- осваивание умений и навыков по разграничению и систематизации фактов и мнений;
- выработка умений применять профессиональные этические нормы на всех этапах профессиональной деятельности;
- овладение умениями и навыками в создании медиатекстов и медиапродукта (умение анализировать ситуацию, выявлять положительные и отрицательные тенденции; творчески подходить к постановке проблемы, использовать креативные ресурсы медиакоммуникации и т. д.);
- овладение умениями и навыками в подготовке медиапродукта с учетом требований (нормы, стандарты, форматы, стили, технологические особенности), принятых в конкретном медиа.

Тип практики (ее наименование): Производственная практика, проектно-аналитическая.

Способ проведения практики: стационарная, выездная

Форма проведения практики: реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

Разделы (этапы) практики:

1. Подготовительный (организационно-аналитический)
2. Основной (проектно-аналитический)
3. Заключительный (информационно-аналитический)

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная)

Общая трудоемкость практики 12 з. е.

Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1.1, УК-1.2):

- УК-1.1 Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации;
- УК-1.2 Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников;

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2.1):

- УК-2.1 – Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений;

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия (УК-4.6):

- УК-4.6 – Умеет составлять и редактировать профессионально ориентированные тексты, а также академические тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т. д.);

ПК-1 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний (ПК-1.1):

- ПК-1.1 Проводит маркетинговый анализ и использует выявленные данные о свободных нишах и потребностях целевых групп при разработке и (или) реализации медиапроектов и иных коммуникационных продуктов;

ПК-2 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов (ПК-2.1):

- ПК-2.1 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов.

Место практики в структуре ОПОП: Практика относится к обязательной части дисциплин блока Б2, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации программа «Массмедиа и контент-маркетинг».

Целью производственной преддипломной практики является совершенствование и реализация умений и компетенций системной аналитико-исследовательской деятельности, сформированных в процессе обучения в целом, а также при прохождении профессионально-творческой, проектно-аналитической и авторской практик. Результатом этого вида практики должна стать магистерская диссертация.

Задачи практики:

- научить выявлять и анализировать влияние государственных и общественных институтов, формируемых ими идеологических и ценностных систем, результатов их взаимодействия на медиасистемы;

- научить учитывать влияние комплекса глобальных и локальных политических, экономических, культурных процессов, а также правовых и этических регуляторов на состояние медиасистемы и деятельность конкретных массмедиа;

- приобретение опыта критически оценивать надежность источников информации и работы с противоречивой информацией из разных источников;

- приобретение опыта самостоятельно выполнять критический анализ проблемных ситуаций: анализировать информацию на основе системного подхода, определять в ней пробелы и выработать стратегию действий;
- приобретение умения и опыта планировать и реализовывать все этапы производства медиапродукта, востребованного обществом и медиаиндустрией;
- приобретение опыта в создании профессионально ориентированных текстов в соответствии с академическими правилами и форматами;
- приобретение навыков регулярно отслеживать изменения норм русского языка;
- научить выявлять и оценивать тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса при создании медиапродуктов.
- овладение методикой редактирования профессионально ориентированных и академических текстов;
- приобретение умений прогнозировать возможные последствия профессиональной деятельности;
- овладение навыками руководствоваться принципами социальной ответственности в медиасфере;
- выработка умений соотносить при осуществлении авторской деятельности свои действия с профессиональными этическими нормами;
- приобретение умений презентовать результаты медиаисследований.

Тип практики (ее наименование): производственная практика, преддипломная.

Способ проведения практики: стационарная и выездная.

Форма проведения практики: реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

Разделы (этапы) практики:

1. Организационно-аналитический
2. Основной аналитический
3. Заключительный

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.