

Министерство культуры Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
Кафедра технологии документальных и медиакоммуникаций

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН, ПРАКТИК И
ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки

42.03.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Направленность (профиль)

**МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В КОММЕРЧЕСКОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ
СФЕРАХ**

Уровень высшего образования

«бакалавриат»

Программа бакалавриата

Форма обучения:

ОЧНАЯ/ЗАОЧНАЯ

Кемерово 2023

ИСТОРИЯ

Цели освоения дисциплины: формирование у обучающихся представления об основных закономерностях исторического развития человечества; об истории России и ее взаимосвязи с развитием мировых цивилизаций, способности воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом контексте.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Краткое содержание дисциплины:

История в системе социально-гуманитарных наук. Основы методологии исторической науки. Особенности становления государственности в России и мире. Русские земли в борьбе за независимость и объединение в XIII-XV веках. Создание Московской Руси. Россия в XVI-XVII веках в борьбе за расширение и укрепление государства. Россия и Европа в XVIII – XIX веках: попытки модернизации и промышленный переворот. Россия и мир в начале XX века. XX век в отечественной и мировой истории. Россия в современном мире. Объем учебной дисциплины.

Объем учебной дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; семинарские занятия в форме докладов с комментариями; дискуссия; представление результатов НИРС в форме электронной презентации; творческое задание; мини-конференция.

ФИЛОСОФИЯ

Цели освоения дисциплины: формирование представлений о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, овладение базовыми принципами и приемами философского познания.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. История философии. Философия, ее предмет и место в культуре. Философия Древнего Востока и античности. Философия средневековья и эпохи Возрождения. Философия Нового времени. Классическая немецкая философия. Современная западная философия. Русская классическая философия.

Раздел 2. Теоретические проблемы философии. Онтология. Учение о развитии. Происхождение и сущность сознания. Гносеология. Философия науки. Философское понимание человека. Личность. Аксиология. Социальная философия: общество как система. Человек в информационно-техническом обществе. Глобальные проблемы современности.

Объем учебной дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, круглые столы, семинар-дискуссия, метод малых групп. При подготовке к семинарским занятиям используются современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие доступ к электронным ресурсам.

Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос в ходе проведения всех видов занятий; проверка выполнения письменных заданий; тестирование; проверка и презентация рефератов; подготовка сообщений и эссе, форма промежуточного контроля – экзамен.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Цель освоения дисциплины: формирование у студента способности и готовности к иноязычной профессиональной коммуникации.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-4 – Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах));

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.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Профессия и жизнь. Высшее образование. Направления профессиональной деятельности. Профессионально-терминологический словарь.

Раздел 2. Этика деловой коммуникации на иностранном языке. Публичные выступления на иностранном языке (речевые обороты, клише, вводные слова). Специфика речевого взаимодействия (спонтанное высказывание, диалог, полилог на иностранном языке). Конвенциональные аспекты общения на иностранном языке.

Раздел 3. Выдающиеся деятели профессионального сообщества в России и в странах изучаемого языка. Лексико-грамматические основы биографического описания на иностранном языке (монологи, эссе). Достижения в профессиональной области (описание предметов, интерьеров, произведений искусств, экспонатов, выставок, изделий на иностранном языке etc.)

Раздел 4. Профессиональные мероприятия, события, площадки их проведения, профессиональные союзы и ассоциации. Языковые аспекты творческих мероприятий на иностранном языке. Интегративные подходы в изучении культурных феноменов зарубежных стран (CLIL).

Объем учебной дисциплины: 10 зачетных единиц, 360 академических часов.

Образовательные технологии: практические занятия с использованием электронных презентаций; тематическое сообщение в устной или письменной форме, творческое задание, представление результатов НИРС в форме электронных презентаций.

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Цели освоения дисциплины: ознакомление студентов с основами культурологического знания, базовым терминологическим аппаратом культурологии, важнейшей проблематикой истории и теории культуры, а также формирование представления об исторической духовной ретроспективе становления западноевропейской и русской культуры.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

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

Краткое содержание дисциплины: Раздел 1. Теоретические аспекты культурологии. Структура современного знания о культуре. Теоретическая, историческая и прикладная культурология. Исследовательские методы, подходы в культурологии. Основные понятия культурологии. Морфология культуры. Функции культуры. Динамика культуры. Раздел 2. Исторические типы мировых культур. Культура и история. Культура и общество. Культура и личность. Культура и язык. Межкультурные коммуникации.

Типология культуры. Место и роль России в мировой культуре.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекции с использованием электронных презентаций, семинарские занятия в форме обсуждения докладов и дискуссии, форма промежуточного контроля – зачет.

МИРОВАЯ ЛИТЕРАТУРА

Русская литература

Цели освоения дисциплины: формирование у обучающихся представлений о становлении национальной литературы, о литературоцентризме русской культуры, выработке умения системно осваивать периоды литературы, эстетические программы основных литературных направлений в соотношении с развитием общественного сознания, способности воспринимать межкультурный диалог с литературой христианского Востока и Европы. Изучение творчества выдающихся писателей необходимо для использования классических произведений в сфере коммуникации и проектирования в области культуры, для освоения философско-этического и эстетического содержания русской литературы в процессе ведения культурно-просветительской работы, развития многообразных форм творческой деятельности, при проведении общероссийских и региональных юбилейных проектов и мероприятий. Литературоведческие знания развивают личностное эстетическое сознание, культуру восприятия словесных художественных произведений и ориентирует в процессе самообразования.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

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

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Национальное своеобразие и периоды развития русской литературы. Методология историко-литературного подхода. Русская литература XI-XVIII вв. Жанры и стили древнерусской литературы. Классицизм, сентиментализм - ведущие направления в литературе XVIII в. Творчество М.В. Ломоносова, Д. И. Фонвизина, Н. М. Карамзина, Г. Р. Державина.

Раздел 2. Русская литература XIX века. Романтизм и реализм – ведущие литературные направления в русской литературе первой половины XIX века (Творчество В.А. Жуковского, А.С. Грибоедова, А.С. Пушкина, М.Ю. Лермонтова Н.В. Гоголя). Реалистический роман – ведущий жанр литературы второй половины XIX века. Роман эпохи «натуральной школы» (А.И. Герцен, И.А. Гончаров). Социально-психологические романы И. С. Тургенева и И.А. Гончарова и проблема нового героя. Творческий путь и духовные искания в романах Л.Н. Толстого. Н.С. Лесков и романы о народной жизни. Философская и социальная проблематика романов Ф.М. Достоевского.

Раздел 3. Русская литература XX-XXI вв. А.П. Чехова и «конец» классического периода развития русской литературы. Литературные течения и ведущие авторы «серебряного века». Литература русской эмиграции. Социалистический реализм и его художественное наследие. Литература периода «оттепели». Отечественная литература последних десятилетий.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; практические занятия по программным произведениям разных

периодов истории литературы, учебные конференции в форме представления проектов разного типа культурно-просветительской работы по пропаганде творчества русских писателей.

Зарубежная литература

Цели освоения дисциплины: формирование представлений об истории эволюции духовных, эстетических, этических, философских исканий и обретений человечества, отражённых в величайших памятниках европейской и американской литературы; навыков литературоведческого анализа текста; способности использовать знание мировой литературы для формирования культурной идентичности личности и межкультурного взаимодействия.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

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

Краткое содержание дисциплины:

История зарубежной литературы античности. История зарубежной литературы средневековья и эпохи Ренессанса. История зарубежной литературы эпохи классицизма и барокко. История зарубежной литературы эпохи Просвещения. История зарубежной литературы 19 в. (первая треть). Литература реализма. Особенности культуры конца 19 в. История зарубежной литературы XX в. (модернизм). Модернистские тенденции в литературе второй половины XX века.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Образовательные технологии: лекции с использованием электронных презентаций, семинарские занятия, в т.ч. в форме дискуссии, практические занятия, творческое задание

РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

Цели освоения дисциплины: формирование у обучающихся существенно нового качественного уровня владения русским языком, предполагающего способность осуществлять деловую коммуникацию на государственном языке Российской Федерации в устной и письменной формах.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

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;

ПК-1 – Способен создавать и редактировать тексты для нужд профессиональной деятельности (как предназначенные для публичного распространения, так и для иных профессиональных целей) на русском языке, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Учение о качествах «хорошей речи» в аспекте деловой коммуникации. Принципы выделения качеств «хорошей речи». Система коммуникативных качеств речи.

Раздел 2. Система норм современного русского литературного языка. Орфоэпические нормы. Звуки, ударение и интонация как стилистические средства. Лексические нормы. Стилистические ресурсы семантики и системных связей слов. Морфологические нормы. Стилистические возможности частей речи. Синтаксические нормы. Стилистические ресурсы синтаксиса. Стилистика текстов. Культура письменной речи: русская орфография. Культура письменной речи: русская пунктуация.

Раздел 3. Изобразительно-выразительные средства языка и деловая коммуникация. Система изобразительно-выразительных средств языка. Тропы и стилистические фигуры.

Раздел 4. Функционально-стилевая дифференциация русского литературного языка. Функциональные стили современного русского литературного языка. Научный стиль: подстили, жанры. Официально-деловой стиль: подстили, жанры, деловая коммуникация как ведущий стиль деятельности менеджера. Публицистический стиль. Средства массовой информации и деловая коммуникация профессионала. Разговорный стиль. Языковая специфика и особенности функционирования в узусе.

Раздел 5. Культура ораторской речи. Риторика как наука об эффективной речи. Зарождение, развитие и современное состояние риторики. Понимание образа оратора. Оратор и аудитория. Деловая коммуникация в аспекте ораторского мастерства носителя языка.

Раздел 6. Вербальные и невербальные средства коммуникации. Вербальные и невербальные компоненты деловой коммуникации. Знаковая природа невербальных компонентов. Основные знаковые системы деловой невербальной коммуникации.

Раздел 7. Этический аспект деловой коммуникации. Роль этических норм в повышении речевой культуры профессионала.

Объем учебной дисциплины: 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; семинарские занятия в форме докладов с комментариями; дискуссия; представление результатов НИРС в форме электронной презентации; творческое задание; мини-конференция.

ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Цели освоения дисциплины: формирование целостного представления о сущности, моделях и эволюции государственной культурной политики РФ; содействие развитию способностей обучающихся к самостоятельному анализу событий культурной жизни; рассмотрение основных ресурсов культурной политики (нормативных, документально-правовых, кадровых, финансовых и материально-технических); понимания направлений и сущности современной государственной культурной политики РФ в ее ценностно-нормативной составляющей.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-10 – Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению;

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

ОПК-5 – Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны, мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Теоретические основы государственной культурной политики Российской Федерации. Введение в основы культурной политики. Ценностнонормативная цивилизационная составляющая государственной культурной политики. Государство и культура в современной России.

Раздел 2. Практика реализации государственной культурной политики в Российской Федерации. Инфраструктура и механизмы управления в сфере культуры. Основные направления государственной культурной политики современной России. Содержание и приоритеты региональной культурной политики. Международная культурная политика Российской Федерации.

Объем учебной дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, семинар, круглый стол, семинар-дискуссия, метод проектов. При подготовке к семинарским занятиям используются современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие доступ к электронным ресурсам.

Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос в ходе проведения всех видов занятий; проверка выполнения письменных заданий; тестирование; проверка и презентация рефератов; выполнение и защита учебных проектов, коллоквиум; форма промежуточного контроля – экзамен.

ПСИХОЛОГИЯ И ПЕДАГОГИКА

Цель освоения дисциплины: направлена дать студентам систему фундаментальных научных знаний в области общей психологии, составляющую теоретическую базу для дальнейшего изучения дисциплин общепрофессиональной и предметной подготовки; направлена на формирование у обучающихся системного представления о взаимосвязи теории и практики педагогики, о человеке как целостно развивающейся личности, субъекте деятельности; развитие педагогического мышления, педагогических способностей: аналитических, коммуникативных, рефлексивных, креативных и других, необходимых при решении профессиональных и жизненных проблем.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-6 – Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

Краткое содержание дисциплины:

Общее представление о психике. Понятие о психике. Сознание как высшая форма отражения. Биологические основы психики. **Общие основы педагогики** Педагогика как наука о воспитании, её предмет, объект, категориальный аппарат. Методология педагогики и методы педагогических исследований. Образовательная система России.

Познавательные психические процессы. Ощущение. Восприятие. Внимание. Память. Мышление. Воображение. Речь и язык. **Теория обучения.** Процесс обучения как целостная система. Дидактические закономерности и принципы обучения. Методы и формы обучения. Педагогический контроль и оценка качества образования. Современные педагогические технологии.

Психические состояния. Эмоции и чувства. Стресс. Адаптация. **Теория и методика воспитания.** Воспитание в педагогическом процессе. Методы воспитания и их классификация. Семья как фактор воспитания.

Психология личности. Личность. Темперамент. Характер. Психология способностей.

Педагогика в системе наук. Педагогика как наука. **Введение в педагогическую деятельность.** Профессиональная деятельность и личность педагога. Педагогическое общение как форма взаимодействия педагогов и учащихся.

Объем учебной дисциплины: 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

Образовательные технологии: Лекции с использованием электронных презентаций. Семинарские занятия в форме обсуждения докладов и дискуссии. Лекционные занятия с использованием электронных презентаций. Семинарские занятия в форме обсуждения докладов и дискуссии. Ролевая и деловая игра; метод проектов; подготовка и показ презентаций с их последующим обсуждением; метод конкретных ситуаций (Кейс метод).

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ЛИЧНОСТИ

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов целостного представления о феномене информационной культуры личности, ее месте и роли в жизни современного общества, развитие навыков поиска, отбора, анализа, критической оценки различных видов информации и создания информационных продуктов.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

ОПК-4 – Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Информационные ресурсы общества и информационная культура. Информационная культура в контексте глобальных изменений современного общества. Информационная культура как междисциплинарное научное направление. Деятельность международных и российских организаций по информационной подготовке граждан. Первичные документы как составная часть информационных ресурсов общества. Вторичные документы и информационные издания как средства преодоления информационного кризиса. Интернет как источник информационных и медиаресурсов.

Раздел 2. Основные типы информационно-поисковых задач и алгоритмы их решения. Информационные потребности и информационные запросы. Адресный, фактографический, тематический поиск информации и алгоритм их выполнения. Средства навигации и поиска в Интернете. Поиск информации в электронных научных библиотеках.

Раздел 3. Аналитико-синтетическая переработка источников информации в условиях Интернет-среды. Текст как объект аналитико-синтетической переработки. Определение как основа понимания текста. Интеллектуальные приемы работы с текстом. Алгоритм критического анализа текста. Веб-сайты и веб-тексты как объекты аналитико-синтетической переработки информации и критического анализа. Функциональные стили речи в условиях Интернет-среды. Веб-райтинг: сущность, виды.

Раздел 4. Технологии подготовки и оформления информационных продуктов. Особенности смыслового чтения текстов при подготовке информационных продуктов. Цитирование как средство достижения точности изложения и проявление информационной этики.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Образовательные технологии: при освоении дисциплины, кроме традиционных технологий, ориентированных на формирование теоретических знаний и практических умений, используются развивающие проблемно-поисковые технологии: проблемное изложение лекционного материала; проблемно-исследовательские задания как основа проведения семинарских и практических занятий.

Для диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: опрос; отчет о выполнении практических заданий в микрогруппе, индивидуальных творческих заданий; участие в деловых играх и коллоквиумах; тестовый контроль; рефераты; экзамен.

СОЦИОЛОГИЯ МЕДИА

Цель освоения дисциплины: изучении социологических теорий и методов, знание которых способствует формированию у студентов целостного представления о деятельности института системы массовых коммуникаций в аспекте теории и практики.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

ПК-4 – Готов к выявлению и изучению информационных и профессиональных потребностей пользователей в медиасреде.

Краткое содержание дисциплины:

Введение в социологию медиа. Медиасфера как подсистема общества. Медиасистемы и медиарынки. Социология профессий в сфере медиа. Медiateкст как социологический документ. Социологический анализ содержания медиакommunikаций. Метод контент-анализа. Социологический анализ содержания медиакommunikаций. Социологические традиции изучения аудитории и публики. Количественные и качественные исследования аудитории медиа.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: в процессе изучения дисциплины на занятиях используются наряду с традиционной технологией и информационно-коммуникационные технологии; практикуются мультимедийные лекции, разбор кейсов и примеров работ крупных российских и зарубежных СМИ; применяются различные виды диагностики: проверка выполненных практических работ, тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, защита творческих заданий.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Целью дисциплины «Информационные технологии» является формирование теоретических и практических навыков в выборе и применении информационных технологий при решении различных задач профессиональной деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

ОПК-6 – Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Теоретические основы информационных технологий (ИТ). Проблемы использования информационных технологий. Компонентная структура ИТ. Виды информационных технологий. Критерии оценки эффективности применяемых ИТ.

Раздел 2. Инструментальные средства ИТ. Программные средства: классификация, характеристика. Программные средства: классификация, характеристика.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Образовательные технологии: мультимедийные лекционные и семинарские занятия, компьютерное тестирование, телекоммуникационные технологии при проведении практических работ.

Для диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: тестовый (включая компьютерное); рефераты, защиты выполненных ситуативных заданий, экзамен.

ПРАВОВЕДЕНИЕ

Цели освоения дисциплины: содействие успешной социализации обучающихся путём повышения уровня правосознания и правовой культуры студентов.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

УК-10 – Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению;

ОПК-5 – Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны, мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ОПК-7 – Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Государство и право как взаимосвязанные явления. Понятие и признаки государства, его функции. Форма правления, форма государственного устройства, политический режим. Понятие, признаки и принципы права. Источники права.

Раздел 2. Система российского права. Понятие и признаки нормы права, её элементы и виды. Нормативные правовые акты, их виды. Понятия правового института и отрасли права. Основные институты и отрасли российского права.

Раздел 3. Различные отрасли права. Основы конституционного права РФ. Основы конституционного строя РФ. Конституционные права и свободы человека и гражданина в РФ. Конституционные обязанности. Государственно-территориальное устройство РФ. Правовой статус Президента, Федерального Собрания и Правительства РФ. Основы административного права РФ. Понятие и предмет административного права, методы административно-правового регулирования. Административное правонарушение и административная ответственность. Основы гражданского права РФ. Понятие и предмет гражданского права, методы гражданско-правового регулирования. Гражданские правоотношения: понятие и виды. Правовое положение физических лиц. Правовое положение юридических лиц. Понятие и содержание права собственности. Понятие и основные виды договоров. Общие положения об обязательствах. Основы семейного права РФ. Понятие и предмет семейного права. Условия заключения брака в РФ. Основания прекращения брака. Имущественные отношения супругов. Брачный договор. Алиментные отношения. Основы трудового права РФ. Понятие и предмет трудового права. Содержание трудовых правоотношений, основания их возникновения и прекращения. Понятие трудового договора, его виды. Основания расторжения и прекращения трудового договора. Основы уголовного права РФ. Понятие и предмет уголовного права. Основания уголовной ответственности. Понятие и виды преступлений. Понятие и виды уголовных наказаний. Основания освобождения от уголовной ответственности и наказания.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекционные и практические занятия с использованием развивающих – проблемно-поисковых технологий: проблемное изложение лекционного материала; интерактивная лекция; учебная дискуссия; проблемно-исследовательское задание; метод проектов и др. Лекционные и практические занятия предполагают демонстрацию мультимедиа презентаций, как при освоении нового материала, так и при защите выполненного задания. Форма промежуточного контроля – зачет.

МАРКЕТИНГ

Цели освоения дисциплины: формирование комплексного представления о маркетинговых задачах, стоящих перед учреждениями СКС в условиях развития медиакоммуникаций, формирование профессионального подхода к маркетинговым коммуникациям, способности разрабатывать коммуникационные кампании по продвижению учреждений СКС и их товаров и услуг на рынке, формирование навыков анализа результативности коммуникационных мероприятий, осознание их роли и оценки их вклада в формирование капитала медиабренда организаций.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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;

ОПК-7 – Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

ПК-6 – Готов использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в функциональной профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов.

Краткое содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы маркетинга. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. Задачи маркетинговой деятельности. Эволюция развития маркетинга. Система маркетинговой информации. Комплексное исследование рынка. Маркетинговая среда и ее структура.

Раздел 2. Комплекс Медиа-маркетинга. Общие требования, предъявляемые к стратегии медиа-маркетинга. Предмет Медиа-маркетинга. Основные принципы работы медиа-маркетинга. Области использования медиа-маркетинга. Глобальные проблемы современности и реклама в социальных медиа. Система маркетинговых планов учреждений и организаций в социально- культурной сфере. Бюджет маркетинга.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; методы анализа ситуаций, самостоятельная работа с научной литературой, информационной базой данных, проблемное изложение лекционного материала, проблемно-исследовательские задания.

МЕНЕДЖМЕНТ

Цели освоения дисциплины: формирование знаний, умений и навыков менеджмента как основы организации деятельности в медиа, развитие и укрепление комплекса практических навыков по современным формам и методам социокультурного менеджмента.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-3 – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-9 – Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

ОПК-7 – Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

ПК-6 – Готов использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в функциональной профессиональной деятельности на основе применения нормативно- правовых актов.

Краткое содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические аспекты менеджмента. Теоретико-методологические основы современного менеджмента. Этапы и школы в истории менеджмента. Менеджмент как система управления и специальный вид деятельности. Общее и особенное в социокультурном менеджменте

Раздел 2. Функции социокультурного менеджмента. Планирование как функция менеджмента. Организация взаимодействия в системе менеджмента. Мотивация деятельности в менеджменте. Контроль в системе менеджмента. Технология принятия управленческих решений.

Раздел 3. Персонал – технологии в менеджменте. Система работы с персоналом. Лидерство и стили руководства в менеджменте. Основные способы и правила стимулирования активности персонала. Организационная культура и этика менеджера. Профилактика и технологии управления конфликтами в менеджменте.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; семинарские занятия в форме докладов с комментариями, дискуссии; групповые и индивидуальные практические занятия.

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Цель освоения дисциплины: изучение теории и практики социальных коммуникаций с целью подготовки будущих бакалавров к эффективной коммуникационной деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-3 – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

ПК-8 – Способен ориентироваться в разнообразном потоке информации, взаимодействовать с разными организациями, учреждениями и иными источниками информации и идей для создания проектов, координировать взаимодействие с ними, используя как устную, так и письменную коммуникацию.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Социальные коммуникации: понятие и элементы. Понятие социальной коммуникации. Коммуникативная форма обмена информацией. Эволюция социальных коммуникаций.

Уровни коммуникационной деятельности: межличностная, групповая, массовая. Формы коммуникационной деятельности: подражание, диалог, управление. Общение как совокупность перцепции, коммуникации, интеракции. Коммуникативные стили и приемы.

Знание и необходимость коммуникативных ролей. Основные элементы коммуникации. Коммуникативные барьеры: профессиональные, смысловые, организационные, личностно-психологические и др. Вербальная и невербальная коммуникации.

Раздел 2. Коммуникативные процессы. Производство и передача информации. Аргументация в коммуникационном процессе. Доминанты коммуникации: стратификационные (социальный статус коммуникантов, социальная дифференциация, социальная интеграция, социальная интерференция) и ситуативные (коммуникативные роли). Перцептивные механизмы коммуникации: каузальная атрибуция, идентификация, рефлексия, эмпатия.

Эффективное слушание как инструмент управления разговором. Смысл и понимание в контексте социальных коммуникаций. Игры и псевдоигры в социальной коммуникации. Правда и ложь в социальной коммуникации. Конфликты в коммуникациях. Эмоциональное саморегулирование в напряженных ситуациях.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; дискуссии; выступления студентов с докладами.

БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности человека.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-8 – Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Теоретические основы БЖД. Взаимодействие человека со средой обитания. Анализ и оценка опасностей. Основные положения и принципы обеспечения безопасности.

Раздел 2. Управление безопасностью жизнедеятельности. Государственные правовые акты по охране труда. Государственное управление охраной окружающей среды и защитой населения и территорий от чрезвычайных ситуаций.

Раздел 3. Человек как элемент системы «человек – среда обитания». Характеристика основных форм деятельности человека. Производственная среда и условия труда. Комфортные условия жизнедеятельности.

Раздел 4. Воздействие негативных факторов на человека и среду обитания. Гигиеническое нормирование и контроль вредных факторов.

Раздел 5. Защита населения и территорий от опасностей в чрезвычайных ситуациях. Общая характеристика и классификация чрезвычайных ситуаций (ЧС). Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций. Гражданская оборона, ее место в системе общегосударственных мероприятий гражданской защиты. Защита населений и территорий в ЧС. Организация мероприятий по локализации и ликвидации последствий ЧС.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: Основу преподавания учебной дисциплины составляют методы проблемного обучения, когнитивная, продуктивная технология, технология развития критического мышления. Для выполнения практических заданий используются методы дискуссии, создания докладов и презентаций и их обсуждения; формирования практических навыков, диагностики компетенций, тестовый контроль.

ЭЛЕКТИВНЫЕ КУРСЫ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Цели освоения дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-7 – Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Физическая культура и спорт как социальные феномены общества. Современное состояние физической культуры и спорта. ФЗ № 329 «О физической культуре и спорте в Российской Федерации». Физическая культура личности. Сущность физической

культуры как социального института. Ценности физической культуры. Физическая культура как учебная дисциплина высшего профессионального образования и целостного развития личности. Ценностные ориентации и отношение студентов к физической культуре и спорту. Основные положения организации физического воспитания в высшем учебном заведении.

Раздел 2. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений. Краткая историческая справка. Характеристика особенностей воздействия данного вида спорта (системы физических упражнений) на физическое развитие и подготовленность, психические качества и свойства личности. Модельные характеристики спортсмена высокого класса. Определение цели и задач спортивной подготовки (или занятий системой физических упражнений) в условиях вуза. Возможные формы организации тренировки в вузе. Перспективное, текущее и оперативное планирование подготовки. Основные пути достижения необходимой структуры подготовленности занимающихся. Контроль за эффективностью тренировочных занятий. Специальные зачетные требования и нормативы по годам (семестрам) обучения по избранному виду спорта или системе физических упражнений. Календарь студенческих соревнований. Спортивная классификация и правила спортивных соревнований в избранном виде спорта

Раздел 3. Учет возрастных, физиологических, гендерных и функциональных особенностей при занятиях физической культурой и спортом. Возрастные особенности при занятиях физкультурой и спортом, физическая активность и спортивное долголетие. Учет физиологических и гендерных особенностей организма при занятиях физической культурой и спортом.

Раздел 4. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями. Мотивация и целенаправленность самостоятельных занятий. Формы и содержание самостоятельных занятий. Организация самостоятельных занятий физическими упражнениями различной направленности. Характер содержания занятий в зависимости от возраста. Особенности самостоятельных занятий для женщин. Планирование и управление самостоятельными занятиями. Границы интенсивности нагрузок в условиях самостоятельных занятий у лиц разного возраста. Взаимосвязь между интенсивностью нагрузок и уровнем физической подготовленности. Гигиена самостоятельных занятий. Самоконтроль за эффективностью самостоятельных занятий. Участие в спортивных соревнованиях

Раздел 5. Студенческий спорт. Выбор видов спорта, особенности занятий избранным видом спорта. Спортивная классификация, Студенческий спорт. Особенности организации и планирования спортивной подготовки в вузе. Спортивные соревнования как средство и метод общей физической, профессионально-прикладной, спортивной подготовки студентов. Система студенческих спортивных соревнований. Общественные студенческие спортивные организации. Олимпийские игры и Универсиады. Современные популярные системы физических упражнений.

Массовый спорт и спорт высших достижений, их цели и задачи. Спортивная классификация. Мотивация и обоснование индивидуального выбора студентом вида спорта или системы физических упражнений для регулярных занятий. Краткая психофизиологическая характеристика основных групп видов спорта и систем физических упражнений

Раздел 6. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями. Содержание врачебного контроля, основные методы самоконтроля, показатели и критерии оценки. Коррекция содержания и методики занятий физическими упражнениями и спортом.

Раздел 7. Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП) студентов. Производственная физическая культура. Производственная гимнастика.

Особенности выбора форм, методов и средств физической культуры и спорта в рабочее и свободное время специалистов. Профилактика профессиональных заболеваний и травматизма средствами физической культуры. Дополнительные средства повышения общей и профессиональной работоспособности. Влияние индивидуальных особенностей, географо-климатических условий и других факторов на содержание физической культуры специалистов, работающих на производстве. Роль будущих специалистов по внедрению физической культуры в производственном коллективе

Раздел 8. Возможность и условия коррекции физического развития, телосложения, двигательной и функциональной подготовленности средствами физической культуры и спорта в студенческом возрасте. Коррекция физического развития. Влияние ФК, спорта и ЗОЖ на функционирование организма и рост телосложения. Коррекция двигательной и функциональной подготовленности.

Образовательные технологии: лекции с использованием электронных презентаций. Семинарские занятия в форме обсуждения докладов и групповой дискуссии. Практические занятия физической культурой.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Цели освоения дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-7 – Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни. Влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек; способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности.

Раздел 2. Средства формирования здорового образа жизни. Умение использовать творчески средства и методы физической культуры для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни; выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной и адаптивной (лечебной) физической культуры, композиции ритмической и аэробной гимнастики, комплексы упражнения атлетической гимнастики; выполнять простейшие приемы самомассажа и релаксации.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: Лекции с использованием электронных презентаций. Семинарские занятия в форме обсуждения докладов и групповой дискуссии. Практические занятия физической культурой.

ТЕОРИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Цель освоения дисциплины: сформировать представление о теориях, рассматривающих средства массовой коммуникации как социальный институт, феномен общественной жизни.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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

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.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Средства массовой коммуникации в системе общественных и государственных институтов. Средства массовой коммуникации (СМК) и средства массовой информации (СМИ), их взаимосвязь и роль в структуре общественных и государственных институтов. Возможности разностороннего освещения общественных и государственных институтов средствами массовой коммуникации в создаваемых ими продуктах: медиатекстах, медиапродуктах, коммуникационных продуктах.

Раздел 2. Развитие теорий влияния средств массовой информации на общественное сознание. Классический этап: основные теоретико-методологические принципы исследования процесса влияния СМИ на общество, базовые эмпирические методы.

Современный этап: отсутствие единого мнения учёных на процесс влияния средств массовой информации на общественное сознание. Теории: «эффекта прайминга», «культивации», «выстраивания приоритетов», «использования и удовлетворения», «установления приоритетности новостей». Новые теории: теория «игры», теория «заговора и медиазависимости», теория «выстраивания приоритетов», теория «спираль молчания». Другие теории.

Раздел 3. Возрастающая роль средств массовой коммуникации в жизни общества. Роль Интернета, социальных медиа в экономике, политике, в общественной и индивидуальной сферах жизнедеятельности человека на современном этапе.

Анализ актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Образовательные технологии: мультимедийные лекционные занятия, компьютерное тестирование, телекоммуникационные технологии сопровождения в проведении практических работ. Для диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: компьютерное тестирование; собеседование.

ПСИХОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Цель освоения дисциплины: освоение студентом психологических знаний, необходимых для работы в сфере медиакommunikаций.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-3 – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-6 – Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие «общение». Различные стороны психологической теории общения. Общение как обмен информацией (коммуникативная сторона общения). Общение как восприятие людьми друг друга (перцептивная сторона общения). Общение как взаимодействие. Социальные и социально-психологические функции общения. Коммуникативные барьеры. Барьеры непонимания: фонетический, семантический, стилистический, логический и др. барьеры социально-культурных различий: социальные,

политические, религиозные, профессиональные. Барьеры отношений. Феномены межличностного влияния: внушение, убеждение, психологическое заражение. Субъективные каналы восприятия и передачи информации. Репрезентативные системы человека. Специфика межличностного информационного обмена.

Невербальные компоненты общения. Виды и функции невербальных средств общения и контакта. Паралингвистика. Кинезика. Мимика. Праксемика. Поза. Понятие дистанции общения. Физический контакт. Контакт глаз.

Манипулирование в служебных отношениях. Тактические приемы манипулирования. Распознавание и противостояние им. Нормативность как свойство делового общения. Система поведенческих ожиданий. Природа норм, регулирующих деловое общение. Современные психологические технологии делового общения.

Нейролингвистическое программирование в деловом общении. Деловая беседа. Культура речи.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; развивающие проблемно-поисковые технологии; дискуссия.

МЕДИАЭКОНОМИКА

Цели освоения дисциплины: ознакомление студентов с основными принципами функционирования медиа экономики и медиа планирования в разных отраслях (печатные СМИ, радио, телевидение, новые медиа), ценовой политикой медиа индустрий; формирование практических навыков для самостоятельного анализа медиа рынка, а также - понимания функционирования рыночной системы российских и европейских медиа в условиях медиа конвергенции.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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-9 – Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

Краткое содержание дисциплины

Раздел 1. Основные понятия медиа экономики и структура рынка масс-медиа

Организационная структура редакции. Редакция СМИ как система взаимодействующих субъектов рыночной экономики. Функционирование редакции и издательства в условиях рынка. Нормативно-правовая база. Информационно-научное обеспечение отрасли

Раздел 2. Издательская себестоимость. Понятие прибыли и себестоимости в издательской отрасли. Расчет прибыли. Безубыточные тиражи издания. Риски и их типологическая составляющая.

Раздел 3. Ценообразование в медиа индустрии. Особенности формирования ценовой политики редакции/издательства. Отпускная цена редакции/издательства. Факторы, влияющие на себестоимость печатного издания.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; методы анализа ситуаций, самостоятельная работа с научной литературой, информационной базой данных, репродуктивные методы, проблемное изложение лекционного материала, проблемно-исследовательские задания.

МЕДИАРЕСУРСЫ

Цели освоения дисциплины: формирование системы знаний и навыков использования методов и средств информационной теории и медийных технологий для поиска и последующей обработки профессиональной информации при удовлетворении разнообразных профессиональных информационных потребностей субъектов информационного рынка.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

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;

ПК-8 – Способен ориентироваться в разнообразном потоке информации, взаимодействовать с разными организациями, учреждениями и иными источниками информации и идей для создания проектов, координировать взаимодействие с ними, используя как устную, так и письменную коммуникацию.

Краткое содержание дисциплины:

Цифровое информационное пространство как подмножество информационного пространства Информационные ресурсы в традиционной и электронной среде. Мировые, национальные, локальные информационные ресурсы как основа для создания медиаресурсов. Универсальные и отраслевые информационные ресурсы. Первичный документальный поток как информационный ресурс.

Медийные объекты в едином цифровом пространстве. Медийные информационные ресурсы. Классификация. Состав, структура. Категории создателей медийных ресурсов. Стандарты в области создания и распространения медийных ресурсов. Медийные информационные ресурсы отдельных отраслей.

Объем учебной дисциплины: 7 зачетных единиц, 252 академических часа.

Образовательные технологии: в процессе изучения дисциплины на занятиях используются наряду с традиционной технологией и информационно-коммуникационные технологии. Практикуются мультимедийные лекции, создание и анализ кейсов, индивидуальные и групповые практические задания, ситуационные задания, конференции. Применяются различные виды диагностики: защита выполненных практических работ, тестовый контроль, проверка контрольных и ситуационных заданий, защита проектов.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА

Цели освоения дисциплины: формирование системы теоретических знаний и представлений об особенностях профессиональной морали и ценностно-этических основаниях деятельности в области культуры, а также практических навыков профессионального уровня, необходимых для понимания и организации своей деятельности в соответствии с нормами служебного этикета и высокими моральными требованиями.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

ОПК-5 – Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны, мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ОПК-7 – Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Теоретические основы профессиональной этики. Этика как философская наука о морали. Мораль в жизни общества. Деонтологическая этика. Категории профессиональной этики в сфере культуры.

Раздел 2. Основы прикладной этики. Нравственные отношения в профессиональном коллективе. Этикетная проксемика и атрибутика. Стандарты профессиональной этики.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, практические занятия в форме тренингов. При подготовке к практическим занятиям используются современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие доступ к электронным ресурсам. Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос; электронный отчет о выполнении практических заданий; тестирование по всем темам каждого раздела дисциплины; проверка и презентация реферата; форма промежуточного контроля – зачет.

ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ МЕДИАТЕКСТА

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов компетенций по технологии создания медиатекстов на различных медийных платформах.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

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

ПК-1 – Способен создавать и редактировать тексты для нужд профессиональной деятельности (как предназначенные для публичного распространения, так и для иных профессиональных целей) на русском языке, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел. 1. Медиатекст в коммуникативном аспекте. Медиатекст в процессе деятельности участников коммуникации. Понимание и интерпретация текста. Медиатекст как продукт деятельности автора и объект деятельности читателя. Текст и идея. Модель коммуникативного акта: Автор - Текст - Адресат. Коммуникативная деятельность читателя.

Информационная насыщенность медиатекста. Тональные, стилевые и стилистические характеристики медиатекста.

Раздел 2. Жанры медиатекстов. Информационные жанры (хроника, информация (короткая, расширенная заметка), зарисовка, интервью, обозрение, репортаж), отчет, выступление и др. Технология подготовки для разных медиасред

Аналитические жанры (статья (пропагандистская, проблемная, обобщающая, критическая), обзор, рецензия (литературная, кино, театральная)) и др. Технология подготовки для разных медиасред.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: В процессе изучения дисциплины на занятиях используются наряду с традиционной технологией и информационно-коммуникационные технологии. Практикуются мультимедийные лекции, практические занятия с использованием компьютерной техники, разбор кейсов и примеров работ крупных российских и зарубежных СМИ, ролевые игры, творческие индивидуальные и командные проекты. Применяются различные виды диагностики: проверка выполненных

практических работ, тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, защита творческих заданий.

ОСНОВЫ ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель освоения дисциплины: ознакомление обучающихся с основами издательской деятельности, ее системой, концепциями, направлениями; формирование представлений о технологии издательского процесса, о типологии издательской продукции, правилах оценки и редактирования рукописей, принципах планирования, деятельности по распространению продукции.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

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

ОПК-6 – Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Краткое содержание дисциплины:

Общие сведения о происхождении книги, газеты и журнала, этапах их развития, возникновении и развитии печати в России, знаменитых издателей. Система издательского дела. Структура и содержание издательского процесса. Регламентация издательской деятельности. Основные положения авторского права. Государственные стандарты по издательскому делу. Виды издательской деятельности.

Электронные публикации. Технология подготовки Интернет-изданий, особенности, программы компьютерной верстки.

Особенности издательского рынка в России и зарубежных странах.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Образовательные технологии: в процессе изучения дисциплины на занятиях используются наряду с традиционной технологией и информационно-коммуникационные технологии. Практикуются мультимедийные лекции, практические занятия с использованием компьютерной техники, творческие задания, учебный проект. Применяются различные виды диагностики: проверка выполненных практических работ, тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, защита проекта.

ОСНОВЫ ПРОГРАММИРОВАНИЯ В МЕДИА

Цели дисциплины: формирование представлений об основных понятиях в области информационной безопасности и защиты информации, основных принципах построения системы защиты информации.

Место дисциплины в структуре профессиональной подготовки: дисциплина является дисциплиной в обязательной части. Дисциплина изучается во 3 и 4 семестрах.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

ОПК-6 – Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Технология создания ресурсов: визуальные методы обработки. Обзор языков программирования для создания ресурсов и обработки данных. Обзор программного обеспечения, используемых при создании электронных информационных ресурсов: текстовые редакторы, HTML-редакторы, конструкторы сайтов, системы управления контентом. Программы для разработки дизайна электронных информационных ресурсов. Критерии выбора средств разработки электронных информационных ресурсов:

бесплатность, удобство административной панели для работы с ЭИР, функциональность, надежность и отказоустойчивость, масштабируемость, возможность создания ЭИР различной сложности (электронных коллекций, сайтов, порталов, блогов и т.д.), адаптивный формат ресурса под мобильные системы, возможность SEO настройки для оптимизации страниц ресурса, интеграция с сервисами аналитики, социальными сетями. Интерфейсы конструкторов сайтов: панель администратора, режим просмотра. Обзор блоков добавления контента: меню, статьи с заголовками, формы обратной связи, панель кнопок социальных сетей, слайдеры, галереи. Настройки редактирования блоков сайта. Настройка SEO-оптимизации страниц сайта.

Раздел 2. Технология создания ресурсов с использованием систем управления контентом. Понятие системы управления контентом (CMS). Классификация систем управления контентом. Общие требования, предъявляемые к CMS: обеспечение стандартного набора функций по управлению ресурсом, удобство применения, гибкая модульная архитектура, устойчивость системы. Функции систем управления контентом. Преимущества использования CMS. Обзор рынка систем управления контентом. Архитектура CMS. Структура каталогов CMS. Установка локального сервера. Этапы установки системы управления контентом. Обзор административной панели управления. Основные настройки системы. Управление правами пользователей. Работа с контентом в CMS: операции над материалами, создание разделов и категорий. Текстовое наполнение сайта, добавление изображений, видеофайлов в статью. Управление метаданными статьи. Работа с меню и отображением программных модулей. Связь меню со страницами сайта. Настройка отображения модулей. Виды пунктов меню: внутренняя ссылка, внешняя ссылка, разделитель, псевдоним. Добавление пунктов меню на страницы. Создание ссылок из меню. Понятие расширения. Понятие компонента, модуля, шаблона. Управление шаблонами сайта: установка, редактирование шаблона. Работа с модулями в CMS: панель управления модулями CMS, настройки модуля, встроенные модули. Процесс переноса сайта с одного локального сервера на другой. Создание резервных копий сайта, работающего под управлением CMS. Проектирование и создание сайтов служб документационного обеспечения управления, архивов.

Объем учебной дисциплины: 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

Образовательные технологии: В процессе изучения дисциплины на занятиях используются наряду с традиционной технологией и информационно-коммуникационные технологии. Практикуются мультимедийные лекции, практические занятия с использованием компьютерной техники, творческие задания, учебный проект. Применяются различные виды диагностики: проверка выполненных практических работ, тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, защита проекта.

ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЕ

Цель освоения дисциплины: формирование базовых знаний и умений в работе с документными источниками информации.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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;

ПК-2 – Способен воспринимать профессиональные тексты, как на русском, так и на иностранном языке, понимать их коммуникативную эффективность.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Теоретические основы документоведения. Концептуальные основы научной и практической деятельности в сфере работы с документами: свойства, функции,

структура документов, специфика их функционирования в социальной коммуникативной системе.

Раздел 2. Текст как информационная составляющая документа. Текст в информационном пространстве, типы и структуры текстов, новые технологии их создания.

Раздел 3. Типы и виды документов. Классификации документов. Основные типы и виды документов.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Образовательные технологии: В процессе обучения на занятиях используются наряду с традиционной технологией и информационно-коммуникативные технологии. Практикуются электронные презентации, проводятся практические занятия с использованием компьютерной техники. Применяются все виды диагностики: проверка выполненных практических работ, все виды текстового контроля, выполнение контрольных заданий, устный опрос.

СТАТИСТИКА В МЕДИА

Цели освоения дисциплины: учебная дисциплина направлена на формирование системы знаний и представлений об обществе как динамично функционирующей и развивающейся социальной системе, а также о методах исследования социальных групп и общностей.

Место дисциплины в структуре профессиональной подготовки: дисциплина относится к дисциплинам обязательной части. Дисциплина изучается во 3 семестре.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

ОПК-6 – Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Предмет и метод статистики. Основные категории статистики. Статистическое наблюдение. Особенности организации статистического наблюдения при изучении информационных и профессиональных потребностей пользователей в медиасреде. Сводки и группировка статистических материалов. Построение статистических таблиц, графическое представление статистических данных.

Раздел 2. Виды и формы выражения статистических показателей, виды средних. Статистические индексы, общие понятия об индексах, сводные индексы, индивидуальные индексы. Применение средних величин и статистических индексов при осуществлении оценки деятельности организации и отдельных медиапроектов.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Образовательные технологии: лекции-визуализации; использование ситуационных заданий по отдельным темам практических занятий, групповые дискуссии, выполнение практических работ с публичным обсуждением результатов.

Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос; отчет о выполнении практических заданий; тестирование; формой промежуточного контроля является выполнение контрольной работы.

МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ

Цели освоения дисциплины: формирование у студентов представлений о современном менеджменте медиакommunikаций, навыков управления различными аудиториями и предприятиями средств массовой информации.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-3 – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

ОПК-7 – Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

ПК-6 – Готов использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в функциональной профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие медиаменеджмента. Предмет и задачи медиаменеджмента. Информационные революции. Медиаменеджмент как наука.

Виды медиаорганизации, выделяемые по различным основаниям: по признаку собственности; по функционально-целевому назначению; по иерархическим уровням управления; по внутреннему строению и т.д. Виды организационных структур современных масс-медиа (базовые, производные, смешанные). Внешняя и внутренняя среда медиаорганизации.

Структура медиаменеджмента: субъекты управления, объекты управления, механизмы медиаменеджмента. Медийный рынок.

Эффективность в медиаменеджменте. Показатели эффективности.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; практические занятия с элементами дискуссии.

ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ

DIGITAL-МАРКЕТИНГ

Цели освоения дисциплины: формирование системы знаний и представлений о системном представлении современной концепции digital-маркетинга, практическом использовании его технологий в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре профессиональной подготовки: дисциплина относится к дисциплинам обязательной части. Дисциплина изучается во 3 семестре.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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;

ПК-5 – Способен ставить исследовательские задачи для оценки маркетинговой деятельности организации и отдельных медиапроектов;

ПК-6 – Готов использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в функциональной профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел. 1 Digital-маркетинг: средовый подход к пониманию и методам исследования. Понятие и структура digital-маркетинга. Основные термины и понятия в интернет-маркетинге и Social Media Marketing. Содержание инструментов комплекса digital-маркетинга. Принципы digital-маркетинга.

Методы проведения маркетинговых исследований и поиска информации в сети Интернет. Источники информации и технологии маркетинговых исследований в сети Интернет. Источники маркетинговой информации в сети Интернет. Обзор существующих методов проведения маркетинговых исследований в Интернет.

Раздел 2. Элементы digital-маркетинга. Внешняя и внутренняя поисковая оптимизация: понятие. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации и продвижения сайта в Интернете.

Корпоративный сайт как основа интернет-продвижения. Понятие релевантности сайта. Семантическое ядро сайта. Индексация сайта.

Социальные сети. Порталы и блоги. Понятие и сущность социальной сети, SMM. Особенности социальных сетей. Лидеры общественного мнения. Блогеры. Понятие и сущность блога и портала. Мессенджеры. Мониторинг социальных сетей.

Раздел 3. Эффективность digital-маркетинга. Показатели эффективности Digital-маркетинга, определяемые поисковыми системами. Веб-аналитика. Исследования механизмов определения основных показателей эффективности и результативности Digital-маркетинга в ходе процесса поисковой оптимизации и продвижения сайта: индекс цитируемости; взвешенный индекс цитирования; тематический индекс цитирования; PageRank; посещаемость сайта. Показатели эффективности интернет-рекламы. Анализ эффективности продвижения сайта в поисковых системах. Основные понятия веб-аналитики. Яндекс.Метрика, Google Analytics: подключение и настройка. Как подключить и настроить Яндекс.Метрику и Google Analytics. Дашборды Google Analytics.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекции-визуализации; использование ситуационных заданий по отдельным темам практических занятий, групповые дискуссии, выполнение практических работ с публичным обсуждением результатов.

Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос; отчет о выполнении практических заданий; тестирование; формой итогового контроля является экзамен.

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ В МЕДИАКОММУНИКАЦИЯХ

Цели освоения дисциплины: формирование системы знаний и умений обучающегося о разновидности концепций и структур для коммуникативных сообщений невербального плана, созданных средствами различных видов визуальных искусств.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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;

ПК-7 – Готов к участию в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта (медиапродукта) в сфере медиакоммуникаций с применением информационно-коммуникационных технологий.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Информация и специфика ее распространения средствами визуальной культуры. Визуальная культура современности и особенности ее знаковой системы. Коннотативные сообщения и специфика их создания. Денотативные сообщения и специфика их создания.

Раздел 2. Особенности визуального представления информации в медийной рекламе. Графическая реклама и невербальная коммуникация. Анимированные и интерактивные элементы в медиа.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Образовательные технологии: лекции с использованием электронных презентаций; ситуационные задачи и практические упражнения; портфолио.

КОПИРАЙТИНГ И РЕДАКТИРОВАНИЕ МЕДИАТЕКСТОВ

Цель освоения дисциплины: формирование представления о копирайтинге и редактировании медиатекстов, получение базовых практических навыков создания текстов различных жанров.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

УК-4 – Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ПК-1 – Способен создавать и редактировать тексты для нужд профессиональной деятельности (как предназначенные для публичного распространения, так и для иных профессиональных целей) на русском языке, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение;

ПК-2 – Способен воспринимать профессиональные тексты, как на русском, так и на иностранном языке, понимать их коммуникативную эффективность.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Копирайтинг медиатекстов. История копирайтинга. Значение, задачи и функции. Виды копирайтинга. Эволюция публицистической речи. Новые форматы текста, эволюция прежних форматов. Текст как коммуникативный продукт. Основные текстовые категории (цельность, связность, завершенность, законченность). Цельность и связность в тексте. Соответствие текста нормам современного русского языка. Логическая структура текста. Композиция. Процесс создания медиатекста. Сбор информации. Специфика копирайтинга в интернете. Правовые и этические нормы регулирования копирайтинга.

Раздел 2. Редактирование медиатекстов. Активизация заимствованной лексики. Новые заимствования и особенности их функционирования в языке СМИ. Стилистические изменения в современной лексике. Сниженная и высокая лексика в языке современных СМИ. Содержание учебного материала: понятие языковая норма и речевая ошибка, стилистический недочет, семантика слова, заимствованная лексика, стилистическая окраска слова, жаргонизация языка СМИ, ключевые слова текущего момента и слово года, языковой вкус и языковая мода.

Редактирование текстов в интернет: требования к заголовкам веб-СМИ. Создание текста для просмотра. Гиперссылки, их виды и принципы работы с ними.

Объем учебной дисциплины: 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

Образовательные технологии: в процессе изучения дисциплины на занятиях используются наряду с традиционной технологией и информационно-коммуникационные технологии. Практикуются мультимедийные лекции, практические занятия с использованием компьютерной техники, разбор кейсов и примеров работ крупных российских и зарубежных СМИ, ролевые игры, творческие индивидуальные и командные проекты. Применяются различные виды диагностики: проверка выполненных практических работ, тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, защита творческих заданий.

МЕДИАДИЗАЙН

Цель дисциплины: формирование системы знаний и умений обучающегося о специфике создания структуры для сообщений невербального плана в новой коммуникативной среде.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

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;

ПК-7 – Готов к участию в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта (медиапродукта) в сфере медиакommunikаций с применением информационно-коммуникационных технологий.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Медиадизайн как новая среда коммуникаций. История медиадизайна. Его характерные черты. Разновидности медиадизайна и области применения. Инструменты создания медийных сообщений.

Раздел 2. Возможности создания медийных сообщений. Законы композиции, особенности формообразования и применение цвета в медиасреде. Формирование контента истории или рассказа для медиасреды.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: лекции с использованием электронных презентаций; ситуационные задачи и практические упражнения; метод проектов; портфолио.

ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В МЕДИА

Цель освоения дисциплины: формирование представления об управлении проектами, как о составляющей медиакommunikаций.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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;

ПК-5 – Способен ставить исследовательские задачи для оценки маркетинговой деятельности организации и отдельных медиапроектов;

ПК-8 – Способен ориентироваться в разнообразном потоке информации, взаимодействовать с разными организациями, учреждениями и иными источниками информации и идей для создания проектов, координировать взаимодействие с ними, используя как устную, так и письменную коммуникацию;

ПК-9 – Способен готовить и проводить публичные презентации медиапроектов и медиапродуктов в коммерческой и социальной сферах.

Краткое содержание дисциплины:

Основные понятия проектной деятельности. Проектный цикл. Структуризация проекта. Функции и подсистемы управления проектами. Методы управления проектами. Организационные структуры управления проектами. Идея и цели медиапроекта. Целевая аудитория проекта и планирование. Команда проекта.

Понятие офиса проекта, основные принципы проектирования и организация проектной деятельности. Источники финансирования проекта. Организационные формы финансирования проекта. Основные показатели эффективности проекта. Влияние риска и неопределенности при оценке эффективности проекта.

Стратегия продвижения проекта в медиасреде.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; дискуссии; выступления студентов с докладами.

МЕДИАБРЕНДИНГ

Цель освоения дисциплины: формирование компетенций в области теории и практики медиабрендинга и представлений о современных тенденциях развития рынка медиабрендинга.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ПК-3 – Готов к продвижению медиапроекта и (или) медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;

ПК-5 – Способен ставить исследовательские задачи для оценки маркетинговой деятельности организации и отдельных медиапроектов;

ПК-6 – Готов использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в функциональной профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов.

Краткое содержание дисциплины:

Бренд и брендинг: основные понятия. Бренд, брендинг, суббренд, Торговая марка, товарный знак, Логотип Слоган рекламный, Слоган бренда Фирменный стиль, Элементы фирменного стиля. Защита бренда. Система идентичности бренда Индивидуальность бренда.

Обязательные элементы фирменного стиля: логотип, торговая марка; текстовый знак; фирменные цвета (цветовая палитра); фирменный шрифт; визитная карточка; фирменный бланк; конверт.

Нейминг: разработка текстового названия для бренда. Выборка альтернативных названий для бренда. Бренд-имиджа торговой марки. Визуальные составляющие бренда.

Стратегические бренд-коммуникационные кампании (реклама, PR, продакт плейсмент). Аудит бренда Оценка стоимости бренда Архитектура бренда

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; дискуссии; выступления студентов с докладами.

УПРАВЛЕНИЕ МЕДИАКОНТЕНТОМ

Цель освоения дисциплины: формирование компетенций по планированию, организации и координированию процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ПК-2 – Способен воспринимать профессиональные тексты, как на русском, так и на иностранном языке, понимать их коммуникативную эффективность;

ПК-3 – Готов к продвижению медиапроекта и (или) медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Концепция современного медиаконтента. Медиаконтент: определение понятия. Медиаконтент как совокупность всех материалов составляющих содержание СМИ. Понятие СМИ, СМК, медиаданные, медиатекст, новые медиа. Три главных способа отображения действительности (фактографический, аналитический, наглядно-образный). Их своеобразие.

Функции медиаконтента: информационная, социальная, экспрессивная, прагматическая, интерпретативная.

Трансмедийный проект как понятие. Основные типы трансмедийных проектов. Классификация трансмедийных проектов по типу медиаконтента. Специфика интернет-контента. Новые медиа. Новые медиа в новом обществе: качественное изменение аудитории и ее потребностей.

Типы контента: затраты и вовлеченность. Текстовый контент. Графический контент. Вебинары, книги и исследования как особый вид контента. Видеоконтент.

Раздел 2. Распространение и продвижение медиаконтента. Распространение контента. Социальные сети. Блоги. Мессенджеры. Рассылки. Сайт как СМИ.

Управление контентом на стадиях разработки сайта, первоначальной загрузки базы данных. Раскрутка и оптимизация сайта и его контента.

Продвижение контента. Поисковая оптимизация. Редакционная политика. Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент. Анализ эффективности контент-стратегии. Команда и работа с подрядчиками.

Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент. Работа с негативом. Анализ эффективности контент-стратегии.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; дискуссии; выступления студентов с докладами.

WEB-ТЕХНОЛОГИИ

Цели дисциплины: формирование представлений о методах разработки HTML-страниц и практических навыков создания web-ресурсов, электронных хранилищ информации средствами языка HTML. Дисциплина является дисциплиной в части формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплина изучается во 2 семестре.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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;

ПК-7 – Готов к участию в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта (медиапродукта) в сфере медиакоммуникаций с применением информационно-коммуникационных технологий.

Основное содержание:

Раздел 1. Языки разметки: основные понятия. Общая характеристика языков разметки. Структура документа с точки зрения SGML. Понятие структурной разметки и разметки представления. DTD-описания. Достоинства и недостатки SGML. Версии языка HTML, перспективы его развития. Расширяемый язык разметки XML. Базовые элементы языка и структура HTML документа. Принципы гипертекстовой разметки. Классификация тегов HTML.

Раздел 2. Основы форматирования в HTML. Форматирование текста. Использование специальных символов в HTML-документах. Работа с изображениями. Форматы изображений для размещения на HTML-страницах. Форматы растровой графики: BMP, GIF, JPEG, PNG. Оптимизация изображений для размещения на Web-страницах. Таблицы в HTML. Создание строк, столбцов таблицы, объединение элементов таблиц. Примеры создания сложных таблиц. Форматирование с использованием каскадных таблиц стилей (CSS). Задание правил CSS в форме простых и групповых селекторов, ID селекторов, правил наследования и правил определения классов элементов, псевдоклассов и псевдоэлементов. Использование листов стилей в документах. Применение внутренних стилей в документе. Глобальные таблицы стилей. Связанные таблицы стилей. Примеры использования CSS. Область применения форм в HTML-документах. Основные элементы,

используемые в формах: текстовое поле, переключатель, открывающееся меню, кнопки. Фрейм как механизм структурирования документов: задание фреймовой структуры, теги, определяющие фреймовую структуру документов. Подготовка содержимого фрейма. Создание вложенных фреймов. Примеры использования фреймовых структур в HTML-документах.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: Традиционные образовательные технологии, включающие аудиторные занятия в форме лекций и практических занятий, проблемно-поисковые технологии в виде проблемного изложения лекционного материала, дискуссий, проектных форм.

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В МЕДИА

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов системного знания о сетевом взаимодействии и практическом освоении интернет-технологий.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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;

ПК-3 – Готов к продвижению медиапроекта и (или) медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;

ПК-7 – Готов к участию в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта (медиапродукта) в сфере медиакommunikаций с применением информационно-коммуникационных технологий.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Обеспечивающие средства сетевых технологий. Компьютерные сети: интернет и Всемирная паутина. Система адресации в интернете. Технологические особенности интернета. Пользовательское программное обеспечение: браузеры, почтовые программы, редакторы HTML-страниц. История российского сегмента интернета (Рунета). Способы подключения к интернету. Базовые пользовательские технологии работы в интернете (всемирная информационная сеть WWW. Электронная почта (e-mail). Система телеконференций. Виртуальные магазины). Сервисы Web 2.0, Web 3.0.

Раздел 2. Информационные ресурсы интернета. Принципы типологизации интернет-ресурсов. Порталы. Сайты. Форумы. Чаты. Web-сайты: характеристика, подходы к классификации. Социальные сети. Формы отображения информации в интернете: гостевые книги, форумы, чаты, блоги, wiki-проекты, системы управления контентом. Виды коммуникаций в интернет.

Инструменты поиска информации в сети. Методы поиска информации в интернет. Основы внутренней поисковой оптимизации. Принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска.

Раздел 3. Специфика сетевых СМИ. Типология сетевых СМИ. Принципы выделения сетевых СМИ. Сетевое ТВ, радио. Интернет газеты и интернет-журналы. Свойства интернет-СМИ: мультимедийность, интерактивность. Интернет аудитория.

Авторское право в интернете. Общие принципы разграничения прав доступа к информации в интернет, обеспечение информационной безопасности. Законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в интернет.

Объем учебной дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Образовательные технологии: в процессе преподавания дисциплины, помимо традиционных технологий, ориентированных на формирование суммы теоретических

знаний и практических умений, широко используются развивающие проблемно-поисковые технологии: проблемное изложение лекционного материала; проблемно-исследовательские задания; дискуссии.

Применяются все виды диагностики: проверка выполненных практических работ, все виды тестового контроля, выполнение контрольных заданий, самостоятельных работ, устный опрос.

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Цель освоения дисциплины: формирование готовности использовать мультимедийные технологии в профессиональной деятельности посредством: усвоения базовых понятий мультимедийных технологий; формирования системных представлений об основах создания мультимедиа-приложений и мультимедийных презентаций; формирования практических умений работы с мультимедийными продуктами и создания мультимедийных презентаций в учебной, научной и практической деятельности; изучения возможностей применения мультимедиа в библиотечно-информационной деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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;

ПК-7 – Готов к участию в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта (медиапродукта) в сфере медиакоммуникаций с применением информационно-коммуникационных технологий.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Сущность и развитие мультимедийных технологий. Мультимедиа: понятие, особенности. Специфика мультимедийных продуктов. Гипертекстовая природа мультимедиа. Интерактивность как свойство мультимедиа. История развития мультимедиа и гипертекста. Области применения мультимедийных технологий.

Раздел 2. Технология разработки мультимедийного продукта. Разработка мультимедийных продуктов для учреждений культуры и образования. Программные средства создания и обработки мультимедиа-приложений. Аппаратные средства мультимедиа-систем. Методы создания мультимедийных продуктов. Правовые аспекты создания и использования мультимедиа. Мультимедийные продукты: классификация и описание. Мультипликационные продукты. Средства компьютерной графики и анимации. Прикладные программные средства для создания интерактивных мультимедийных продуктов. Технология создания мультимедийных интерактивных продуктов.

Раздел 3. Мультимедийные презентации. Цели и задачи мультимедийных презентаций. Виды презентаций. Конструирование презентаций. Информационная структура мультимедийной презентации: содержательные элементы слайда, элементы оформления слайда, интерактивные элементы слайда, элементы привлечения внимания пользователя. Информационный дизайн мультимедийных презентаций: принципы и приемы. Визуализация информации. Инфографика как способ представления информации: особенности и возможности применения.

Объем учебной дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные образовательные технологии, включающие аудиторные занятия в форме лекций, семинарских, практических занятий; электронные образовательные технологии, предполагающие привлечение интерактивных форм работы, интернет-ресурсов; активные методы обучения: подготовка и защита докладов, разработка и защита мультимедийных продуктов (буктрейлер, интерактивная мультимедийная викторина, интерактивная мультимедийная выставка, интерактивный плакат, flash-ролик, мультимедийный комикс, интерактивный кроссворд, видеоролик,

гипертекстовый словарь и др.), работа с графическими и аудио редакторами.

БАЗЫ ДАННЫХ

Цель освоения дисциплины: освоение теории и технологии проектирования и формирования разнообразных видов баз данных.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

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;

ПК-7 – Готов к участию в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта (медиапродукта) в сфере медиакоммуникаций с применением информационно-коммуникационных технологий.

Краткое содержание дисциплины:

Базы данных: понятие, классификация, потребительские свойства. Теоретические основы разработки баз данных. Технология проектирования баз данных. Технология формирования баз данных. Регламентация баз данных. Оценка качества и сертификация баз данных. Особенности создания и использования баз данных в СМИ.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: в процессе изучения дисциплины на занятиях используются наряду с традиционной технологией и информационно-коммуникационные технологии. Практикуются мультимедийные лекции, практические занятия с использованием компьютерной техники, творческие задания, учебный проект. Применяются различные виды диагностики: проверка выполненных практических работ, тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, защита проекта.

ИНФОРМАЦИОННАЯ АНАЛИТИКА

Цель освоения дисциплины: формирование готовности использовать аналитические технологии в профессиональной деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

ПК-4 – Готов к выявлению и изучению информационных и профессиональных потребностей пользователей в медиасреде;

ПК-5 – Способен ставить исследовательские задачи для оценки маркетинговой деятельности организации и отдельных медиапроектов;

ПК-8 – Способен ориентироваться в разнообразном потоке информации, взаимодействовать с разными организациями, учреждениями и иными источниками информации и идей для создания проектов, координировать взаимодействие с ними, используя как устную, так и письменную коммуникацию.

Краткое содержание дисциплины:

Информационная аналитика деятельность: понятие и структура. Базовые технологии информационной аналитики. Информационный анализ. Информационный мониторинг. Информационное моделирование. Технологии прогнозирования. Специальные технологии информационной аналитики.

Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций. Метрики, служащие анализу СМИ. Метрики для анализа социальных медиа. Исследование целевых аудиторий.

Объем учебной дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Образовательные технологии: мультимедийные лекционные занятия, компьютерное тестирование, телекоммуникационные технологии сопровождают проведение практических работ. Для диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: тестовый, включая компьютерное тестирование; собеседование.

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов готовности осуществлять деятельность по связям с общественностью (паблик рилейшнз) посредством:

формирования представлений об основных направлениях и сферах применения имиджевых и PR-технологий, об их сходстве и различиях с другими коммуникативными технологиями, компонентной технологической структуре, о многообразии и вариативности их инструментария;

формирования практических умений сегментировать общественность и определять приоритетные целевые группы для дальнейшего целенаправленного коммуникативного влияния и разработки планов PR-кампаний;

практическое освоение идеологии и технологии построения корпоративного и личного имиджа.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ПК-1 – Способен создавать и редактировать тексты для нужд профессиональной деятельности (как предназначенные для публичного распространения, так и для иных профессиональных целей) на русском языке, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение;

ПК-3 – Готов к продвижению медиапроекта и (или) медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;

ПК-9 – Способен готовить и проводить публичные презентации медиапроектов и медиапродуктов в коммерческой и социальной сферах.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие и сущность связей с общественностью, отличие от рекламы и пропаганды. Особенности PR-коммуникации. Общественность и ее сегментирование. Способы, методы и средства паблик рилейшнз. Организация PR-деятельности. Разработка PR-кампаний. Общественное мнение и PR. Взаимоотношения со СМИ.

Корпоративная культура, имидж, репутация. Понятие, типология, структура корпоративной культуры. Этапы и специфика формирования корпоративной культуры. Корпоративные издания и корпоративная культура. Понятие имиджа. Структура и функции имиджа: номинативная, коммуникативная, эстетическая, адресная. Формирование имиджа. Понятие репутации. Репутационные стратегии. Сайты и корпоративные издания как элементы системы связей с общественностью.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: в процессе обучения практикуются мультимедийные интерактивные лекции с разбором конкретных ситуаций, практические занятия с использованием компьютерной техники, выполнение индивидуальных проектных и эвристических заданий, дискуссии, дистанционное индивидуальное консультирование при выполнении заданий дома (в том числе студентов заочной формы обучения).

Применяются следующие виды диагностики: защита проектов и творческих работ, проверка выполненных практических работ и готовности к семинарским занятиям, устные опросы, собеседования.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ СФЕР

Цель освоения дисциплины: формирование системных компетенций в отношении цифровой трансформации, взаимодействия участников процесса.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

ПК-7 – Готов к участию в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта (медиапродукта) в сфере медиакоммуникаций с применением информационно-коммуникационных технологий.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие цифровизации и цифровой трансформации как многоаспектного явления на национальном и международном уровне. Влияние цифровизации на различные сферы общества. Проблематика цифрового взаимодействия и влияние на развитие общества в целом. Форматы цифрового взаимодействия: LegalTech, BigData, блокчейн, цифровые сделки.

Диджитал-трансформация креативных культур. Современные цифровые решения и ресурсы: онлайн-продажи, диджиталпрезентации продуктов, механики социальных сетей.

Цифровые права в эпоху диджитализации. Дефиниция, правовое регулирование. Цифровые угрозы и безопасность.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: мультимедийные лекционные занятия, компьютерное тестирование, телекоммуникационные технологии сопровождают проведение практических работ. Для диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: тестовый, включая компьютерное тестирование; собеседование.

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Цель освоения дисциплины: на основе теоретического и практического анализа процессов финансирования, а также обобщения законодательных и нормативных документов, опыта рыночных преобразований в государственном и муниципальном секторах экономики и в сфере предпринимательской деятельности овладение механизмами организации, планирования, стимулирования, управления финансами на всех уровнях взаимодействия институциональных субъектов медиа.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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-9 – Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

ПК-6 – Готов использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в функциональной профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Финансово-экономическая деятельность: понятие, значение. Финансово-экономическая деятельность: логика, понятийный аппарат, содержание дисциплины. Исторический аспект развития финансов и финансовой науки. Основное понятие финансов, их функции и их роль в системе денежных отношений рыночного хозяйства. Роль финансов в расширенном воспроизводстве. Финансовая система страны, ее сферы и звенья. Базовые концепции финансового менеджмента. Концепция денежного потока; временной ценности

денежных ресурсов; компромисса между риском и доходностью; операционного и финансового рисков; стоимости капитала; эффективности рынка капитала; асимметричности информации; агентских отношений; альтернативных затрат; временной неограниченности функционирования хозяйствующего субъекта; имущественной и правовой обособленности субъекта хозяйствования

Раздел 2. Финансовые инструменты. Информационное обеспечение финансово-экономической деятельности. Финансовое планирование и прогнозирование. Денежные средства. Кредитные инструменты. Акции и паи. Финансовые активы и обязательства. Производные финансовые инструменты. Денежные потоки и методы их оценки. Логика финансовых операций в рыночной экономике. Методологические основы принятия финансовых решений.

Раздел 3. Управление источниками долгосрочного финансирования. Долгосрочные пассивы: состав, структура, основные способы увеличения капитала. Цена и структура капитала, понятие и сущность. Стоимость основных источников капитала. Средневзвешенная стоимость капитала. Предельная цена капитала. Основные теории структуры капитала. Традиционные и новые методы финансирования. Управление собственным капиталом. Производственный и финансовый леверидж. Дивидендная политика. Факторы определяющие дивидендную политику. Методика оценки стоимости бизнеса. Банкротство и финансовая реструктуризация. Антикризисное управление. Управление оборотным капиталом. Политика предприятия в области оборотного капитала. Анализ и управление производственными запасами. Анализ и управление дебиторской задолженностью. Разработка эффективной кредитной политики. Анализ и управление денежными средствами и их эквивалентами. Традиционные и новые методы краткосрочного финансирования. Факторинг. Управление источниками финансирования оборотного капитала.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; методы анализа ситуаций, самостоятельная работа с научной литературой, информационной базой данных, репродуктивные методы, проблемное изложение лекционного материала, проблемно-исследовательские задания.

МЕДИАЖУРНАЛИСТИКА

Цель освоения дисциплины: ознакомление обучающихся с основами издательской деятельности, ее системой, концепциями, направлениями; формирование представлений о технологии издательского процесса, о типологии издательской продукции, правилах оценки и редактирования рукописей, принципах планирования, деятельности по распространению продукции.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

ПК-5 – Способен ставить исследовательские задачи для оценки маркетинговой деятельности организации и отдельных медиапроектов;

ПК-7 – Готов к участию в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта (медиапродукта) в сфере медиакоммуникаций с применением информационно-коммуникационных технологий.

Краткое содержание дисциплины:

Электронные средства массовой информации: понятие и особенности. Преимущества электронных СМИ. Телевидение как электронная медийная среда. Радио как электронное СМИ. Интернет как медийная среда, новое средство распространения и получения информации. Интернет-СМИ: классификация. СМИ в социальных сетях. Мобильные электронные СМИ. Персональные электронные СМИ. Свойства интернет-СМИ. Создатели интернет СМИ. Аудитория интернет-СМИ.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: в процессе изучения дисциплины на занятиях используются наряду с традиционной технологией и информационно-коммуникационные технологии. Практикуются мультимедийные лекции, практические занятия с использованием компьютерной техники, творческие задания. Применяются различные виды диагностики: проверка выполненных практических работ, тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, защита творческих заданий.

ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ

КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В МЕДИА

Цель освоения дисциплины: формирование установки на нормативное коммуникативное поведение в медиасреде.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-3 – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

ПК-3 – Готов к продвижению медиапроекта и (или) медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.

Краткое содержание дисциплины:

Коммуникативная культура как атрибут коммуникации. Культурные нормы в коммуникации. Чувства и эмоции в коммуникативной культуре. Коммуникативная компетентность. Сущность массовых коммуникационных процессов. Методология и технология коммуникации в медиасреде.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; дискуссии; выступления студентов с докладами.

МЕДИАРЕКЛАМА

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов готовности использовать технологии рекламы в коммерческой и социальной сферах посредством:

усвоения основных терминов и понятий, теоретических, психологических, коммуникативных и технологических основ рекламы;

формирования представлений о номенклатуре и сферах применения рекламных технологий, об их сходстве, различиях и компонентной структуре, о многообразии и вариативности их инструментария;

формирования практических умений планировать, организовывать, оценивать эффективность рекламной деятельности;

практического освоения технологий подготовки различных рекламных продуктов.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ПК-1 – Способен создавать и редактировать тексты для нужд профессиональной деятельности (как предназначенные для публичного распространения, так и для иных профессиональных целей) на русском языке, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение;

ПК-3 – Готов к продвижению медиапроекта и (или) медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;

ПК-9 – Способен готовить и проводить публичные презентации медиапроектов и медиапродуктов в коммерческой и социальной сферах.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие и компоненты рекламной технологии. Реклама как маркетинговая коммуникация и форма продвижения информационных продуктов и услуг. Субъекты рекламного процесса. Ресурсное обеспечение подготовки рекламных продуктов и услуг.

История рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности. Виды, средства и формы рекламы. Ассортимент рекламных продуктов и услуг, тенденции его развития. Рекламная продукция библиотек. Классификация видов и средств рекламы. Выбор каналов распространения рекламы. Специфика рекламной продукции. Рекламные сообщения как продукт рекламной деятельности. Рекламные тексты: специфика, требования, структура, принципы составления, виды и формы. Выразительные средства рекламы. Возможности использования мультимедиа в рекламе. Мотивация потребителя рекламы. Психология воздействия и восприятия рекламы. Рекламные приемы. Социальная реклама.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные образовательные технологии, включающие аудиторные занятия в форме лекций, практических занятий; электронные образовательные технологии, предполагающие привлечение интерактивных форм работы, интернет-ресурсов; активные методы обучения: подготовка и защита докладов, разработка и защита печатных и мультимедийных рекламных продуктов.

ЛОГИКА

Цель освоения дисциплины: формирование логической культуры у студентов как необходимой культурной составляющей их личности и профессионального развития.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

Краткое содержание дисциплины:

Предмет логики и ее значение.

Понятие как форма мышления. Отношения между понятиями. Логические операции с понятиями.

Суждение. Суждение как форма мышления. Виды суждений по характеру предиката и по модальности. Основные законы логики. Отношения между простыми суждениями. Сложные суждения.

Умозаключение. Умозаключение как форма мысли. Простой категорический силлогизм. Сложные и сокращенные силлогизмы. Условные и разделительные умозаключения. Индуктивные умозаключения. Умозаключения по аналогии. Гипотеза.

Доказательство и опровержение. Логические основы аргументации. Доказательство и опровержение. Структура аргументации. Формы обоснования тезиса. Виды обоснования тезиса. Виды критики. Правила и ошибки в аргументации.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, практические занятия в форме тренингов. При подготовке к практическим занятиям используются современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие доступ к электронным ресурсам. Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос; электронный отчет о выполнении практических заданий; тестирование по всем темам каждого раздела дисциплины; проверка и презентация реферата; форма промежуточного контроля – зачет.

МАСТЕР-КЛАСС ПО ДЕЛОВОЙ РИТОРИКЕ

Цели освоения дисциплины: формирование риторического мышления; воспитание культуры делового общения; приобретение умений и навыков, позволяющих управлять общением в деловой сфере; повышение общей речевой культуры.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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;

ПК-6 – Готов использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в функциональной профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов.

Краткое содержание дисциплины:

История формирования и развития риторики как специальной области человеческой культуры. Теория и история классической риторики. Развитие риторических идей в России. Искусство делового общения как одно из направлений современной риторики.

Роль речевых умений в развитии профессиональных качеств личности.

Коммуникативная компетенция делового человека. Общая характеристика делового стиля общения. Цели, тематика, структура, язык делового взаимодействия людей. Формализованность и регламентированность способов осуществления деловых контактов. Правила делового стиля общения.

Специфика устного делового общения. Деловая беседа как способ разрешения управленческих проблем. Выбор формы беседы, обусловленный управленческими задачами. Виды деловых бесед и их структурная организация. Приемы создания микроклимата, располагающего к конструктивному и доверительному разговору. Методы воздействия партнеров друг на друга. Способы усвоения информации.

Деловое совещание как эффективная форма коллективного мышления. Типы совещаний.

Искусство ведения деловых переговоров в конфликтной ситуации. Содержательные и процедурные аспекты в подготовке переговоров. Основные фазы переговоров и полномочное представительство. Особенности телефонной коммуникации. Требования к ведению делового телефонного разговора. Основные правила ведения делового телефонного разговора.

Основы полемического мастерства. Спор как способ коллективного исследования проблемы. Виды споров. Типы и особенности участников спора. Аргументационная деятельность как обоснование тезиса. Требования, предъявляемые к тезису и аргументам. Типы аргументов. Ошибки в аргументационной деятельности. Принципы и правила ведения спора в библиотеке.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: традиционные образовательные технологии, включающие лекции, на которых студентам предлагаются для рассмотрения исторические, теоретические, дискуссионные вопросы в соответствии с рабочей учебной программой; интерактивные образовательные технологии, включающие семинары, конференции, семинар-дискуссию, семинары-практикумы на основе кейс-стади, проходящие в форме беседы, обсуждения основных, проблемных вопросов.

МЕДИЙНАЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ И БЕЗОПАСНОСТЬ

Цель освоения дисциплины: направлена на развитие целостного представления о роли и месте средств массовой информации (СМИ) в жизни современного общества, формирование умений самостоятельного поиска, отбора и анализа информации,

поступающей по различным каналам СМИ с целью последующего создания медиапродуктов, а также формирование компетенций студентов в области обеспечения информационной безопасности личности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

ПК-1 – Способен создавать и редактировать тексты для нужд профессиональной деятельности (как предназначенные для публичного распространения, так и для иных профессиональных целей) на русском языке, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Формирования медийно-информационной грамотности. Место и роль медиа и медиаобразования в современном мире. Основные документы в сфере медиаобразования, медийной и информационной грамотности: декларации, программы, рекомендации. Традиционные СМИ и новые СМИ. Социальные медиа. Позиции международных и отечественных организаций в сфере продвижения медийно-информационной грамотности граждан.

Раздел 2. Декодирование медиатекстов как основа медийно-информационной грамотности. Медиатекст, креолизованный текст. Виды и свойства медиатекста. Медиаязык и выразительные средства медиатекста. Подтекст медиатекста как его внутренний смысл. Роль символов в метиатексте. Процесс декодирования медиаинформации. Методика критического анализа медиатекста. Понятия «критический анализ медиатекста», «критическое мышление». Алгоритм критического анализа медиатекста. Особенности критического анализа различных жанров медиатекстов. Методы и приемы представления различных видов информации в медиатексте.

Раздел 3. Дезинформация и фейковые новости. Понятия «дезинформация», «фейковые новости», «информационный повод», «информационные агентства». Роль фактографического поиска информации в распознавании дезинформации. Многоаспектная классификация фейковых новостей. Представление о деятельности информационных агентств и новостной журналистике. Фактчекинг как средство предотвращения появления ложной информации в СМИ. Отличительные признаки фейковой новости. Разделение в тексте фактов и мнений. Анализ разных типов ошибок (логических и фактических) и несоответствий в тексте. Способы доказательства и/или опровержения высказанных в тексте утверждений.

Раздел 4. Информационная безопасность личности в электронной информационной среде. Информационная безопасность личности и медиагигиена. Принципы безопасной работы в Интернете. Основные виды и группы угроз в Интернете. Технические угрозы. Угрозы похищения личных данных и финансовых средств при работе в Интернете и социальных сетях. Фишинг как вид цифрового мошенничества. Виды фишинга. Основные способы предотвращения угроз при столкновении с фишингом через поддельный сайт или поддельное сообщение. Коммуникативные угрозы в Интернете. Негативная сущность кибербуллинга и интернет-троллинга как агрессивных и провокационных действий. Признаки интернет-троллинга. Виды троллинга. Способы борьбы с кибербуллингом и троллингом. Защитные меры по устранению коммуникативных угроз в Интернете.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: при освоении дисциплины, кроме традиционных технологий, ориентированных на формирование теоретических знаний и практических умений, используются развивающие проблемно-поисковые технологии: проблемное

изложение лекционного материала; проблемно-исследовательские задания как основа проведения семинарских и практических занятий.

Для диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: опрос; отчет о выполнении практических заданий в микрогруппе, индивидуальных творческих заданий; участие в ролевых и деловых играх; тестовый контроль; исследовательские проекты; экзамен.

КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ МЕДИАТЕКСТОВ

Цель освоения дисциплины: освоение технологий декодирования, анализа и критической оценки различных видов медиатекстов как продуктов средств массовой информации.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

ПК-1 – Способен создавать и редактировать тексты для нужд профессиональной деятельности (как предназначенные для публичного распространения, так и для иных профессиональных целей) на русском языке, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Язык медиа: выразительные средства медиатекста. Представление информации в медиа. Репрезентация в медиа. Влияние визуальных образов на восприятие медиатекстов. Анализ текста и подтекста в медиасообщениях. Символы и визуальный язык. Технические и символические коды, используемые для передачи смысла в аудиовизуальных медиатекстах. Точка съемки, план, кадр. Роль кадра как основного элемента аудиовизуальных медиатекстов. Анализ способов воздействия аудиовизуальных медиатекстов на аудиторию. Техники и приемы манипулирования сознанием посредством медиатекстов, а также способы противодействия.

Раздел 2. Критический анализ медиатекста. Критическое мышление. Средства определения достоверности и точности информации из масс-медиа. Основные приемы манипуляции сознанием в масс-медиа. Алгоритмы критического анализа информационных, художественных, рекламных медиатекстов. Приемы защиты от манипулятивного влияния СМИ. Способы проверки достоверности фактов, представленных в текстуальной и визуальной форме. Приемы оценки мнений с точки зрения возможности манипуляции мыслями и желаниями человека, навязывания ложных суждений, моделей поведения.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: при освоении дисциплины, кроме традиционных технологий, ориентированных на формирование теоретических знаний и практических умений, используются развивающие проблемно-поисковые технологии: проблемное изложение лекционного материала; проблемно-исследовательские задания как основа проведения семинарских и практических занятий.

МАСТЕР-КЛАСС ПО ГРАФИЧЕСКОМУ ДИЗАЙНУ

Цель освоения дисциплины: формирование системы знаний и умений обучающегося по специфике графического дизайна и практических навыков владения его инструментарием.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ПК-7 – Готов к участию в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта (медиапродукта) в сфере медиакоммуникаций с применением информационно-коммуникационных технологий.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Графический дизайн как разновидность художественно-проектной деятельности. История графического дизайна и сфера его применения. Концепции проектирования и их применение в графическом дизайне.

Раздел 2. Создание образов визуальной коммуникации средствами графического дизайна. Разработка технического проекта и бриф. Методика формирования идеи графического продукта и вариации ее визуального воплощения. Фирменный стиль как форма проекта в графическом дизайне. Его основные и второстепенные составляющие. Оценка состоятельности графического решения фирменного стиля.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекции с использованием электронных презентаций; ситуационные задачи и практические упражнения; метод проектов.

МАСТЕР КЛАСС ПО МЕДИАДИЗАЙНУ

Цель освоения дисциплины: формирование системы знаний и умений обучающегося по специфике медиадизайна и практических навыков владения его инструментарием.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ПК-7 – Готов к участию в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта (медиапродукта) в сфере медиакоммуникаций с применением информационно-коммуникационных технологий.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Медиадизайн как разновидность современной проектной деятельности. История медиадизайна и сфера его применения. Концепции проектирования и их применение в медиадизайне дизайне.

Раздел 2. Создание образов визуальной коммуникации в медиадизайне. Разработка технического проекта и бриф. Методика формирования идеи графического продукта и вариации ее визуального воплощения. История как форма проекта в медиадизайне. Его составляющие. Оценка состоятельности истории в медиадизайне.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекции с использованием электронных презентаций; ситуационные задачи и практические упражнения; метод проектов.

VR-ТЕХНОЛОГИИ В МЕДИАКОММУНИКАЦИЯХ

Цели освоения дисциплины: практическое овладение технологией подготовки разработки VR-продуктов на базе среды для создания, редактирования и применения VR-проектов. Данная дисциплина предполагает разработку интерактивных продуктов в формате виртуальной реальности: виртуальные экскурсии, виртуальные выставки и музеи, игры. В результате изучения курса, обучающиеся получают теоретические знания об особенностях технологии виртуальной реальности, сферах применения, программных и технических средствах работы с виртуальной реальностью. На базе платформы Varwin рассмотрена технология создания VR-проектов, которые могут быть использованы в различных сферах.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ПК-7 – Готов к участию в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта (медиапродукта) в сфере медиакоммуникаций с применением информационно-коммуникационных технологий.

Краткое содержание дисциплины:

Технология виртуальной реальности в библиотечной практике Виртуальная реальность (VR), дополненная реальность (AR), Смешанная реальность (MR): особенности, отличия, история развития, возможности, сферы применения.

Среда для создания, редактирования и применения VR-проектов Varwin. Программные и технические средства для создания VR-приложений. Интерфейс Desktop-редактора. Размещение объектов на сцене. Параметры позиционирования и свойства объектов.

Логика объектов VR-проекта. Разработка виртуальной выставки. Редактор логики. Стандартная логика объектов. Условные и логические операторы. Создание простой логики. Разработка виртуальной выставки.

Разработка интерактивной VR-игры. Переменные и события в Varwin. Объект бот. Движение объектов. Разработка интерактивной VR-игры.

Разработка виртуальной экскурсии. Панорамы 360. Создание логики перехода между панорамами. Разработка виртуальной экскурсии

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: лекции, практические занятия, направленные на разработку VR-приложений. При подготовке к практическим занятиям используются современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие доступ к электронным ресурсам. Для проведения практических занятий используются Приложение Varwin XRMS - среда для создания, редактирования и применения VR-проектов

Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос; защита VR-проектов.

ПРЕЗЕНТАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Цель освоения дисциплины: формирование системных представлений об основах создания презентаций, практическое освоение способов и методов подготовки и проведения презентации, изучение возможностей мультимедиа и потенциала применения в презентационной деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ПК-9 – Способен готовить и проводить публичные презентации медиапроектов и медиапродуктов в коммерческой и социальной сферах.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Общие теоретические основы презентационной деятельности.

Презентационная деятельность: цели, сущность, значение. Виды и специфика презентаций. Содержание презентации: принципы и приемы организации. Структура содержания презентации.

Раздел 2. Подготовка и представление презентации в медиасреде.

Планирование и организация презентации. Создание презентаций в редакторе презентаций. Основные принципы работы в графическом редакторе. Создание презентаций в сети Интернет. Подготовка представления презентации в медиасреде.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; дискуссии; выступления студентов с докладами.

МАСТЕР-КЛАСС ПО ОРАТОРСКОМУ ИСКУССТВУ

Цели освоения дисциплины: формирование риторического мышления; воспитание культуры делового общения; приобретение умений и навыков, позволяющих управлять общением в деловой сфере; повышение общей речевой культуры.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-4 – Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ПК-9 – Способен готовить и проводить публичные презентации медиапроектов и медиапродуктов в коммерческой и социальной сферах.

Краткое содержание дисциплины:

Речевая манера как проявление профессиональной и коммуникативной грамотности, общей культуры и нравственного облика. Искусство самопрезентации. Приемы формирования аттракции (привлекательности). Установление и поддержание деловых контактов в библиотеке. Ситуация общения и выбор речевого поведения. Определение социально-профессиональной роли участников общения. Социально-символические средства демонстрации официального статуса. Ситуативный статус участников общения. Невербальные средства в установлении деловых контактов. Причины коммуникативных неудач и их устранение.

Техника речи в деловом общении. Речевой аппарат и его работа. Роль дыхания в речевом действии. Значение голоса для восприятия речи. Физиологические свойства голоса. Атака звука. Деление речевого голоса на регистры. Центральное звучание. Ощущение звука в резонаторах. Дикционные недостатки и пути их устранения. Речевой слух и выразительность звучащего слова. Комплексная тренировка голосоречевых навыков (система упражнений). Формирование голоса речевых навыков.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные образовательные технологии, включающие лекции, на которых студентам предлагаются для рассмотрения исторические, теоретические, дискуссионные вопросы в соответствии с рабочей учебной программой; интерактивные образовательные технологии, включающие семинары, конференции, семинар-дискуссию, семинары-практикумы на основе кейс-стади, проходящие в форме беседы, обсуждения основных, проблемных вопросов.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ

Цель освоения дисциплины: сформировать представление об особенностях информационного и документационного обеспечения управленческой деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-4 – Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ПК-8 – Способен ориентироваться в разнообразном потоке информации, взаимодействовать с разными организациями, учреждениями и иными источниками информации и идей для создания проектов, координировать взаимодействие с ними, используя как устную, так и письменную коммуникацию;

ПК-9 – Способен готовить и проводить публичные презентации медиапроектов и медиапродуктов в коммерческой и социальной сферах.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Документ в системе управления. Информация в управленческой деятельности. Документ как носитель управленческой информации. Разнообразие потока информации в коммерческой и социальной сферах. Текстологические особенности

составления управленческих документов. Организационная документация. Справочная документация.

Раздел 2. Процессы документационного обеспечения управления. Документирование как процесс создания управленческого документа. Организация документооборота в учреждениях. Организация работ с обращениями граждан. Организация бездокументного обслуживания. Организация работы с документами, содержащими конфиденциальные сведения. Систематизация и обеспечение сохранности управленческих документов.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: мультимедийные лекционные занятия, компьютерное тестирование, телекоммуникационные технологии сопровождения в проведении практических работ. Для диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: компьютерное тестирование; собеседование.

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ И ПОЛИТИКЕ

Цель освоения дисциплины: сформировать представление об особенностях информационного и документационного обеспечения управленческой деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекста;

УК-10 – Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.

Краткое содержание дисциплины:

Формальные медиакоммуникации в сфере государственного управления. Базы данных государственных структур. Базы данных международных организаций. Неформальные коммуникации в сфере государственном управлении. Механизмы медиакоммуникаций в системе государственного управления. Оценка результативности медиакоммуникаций в государственном управлении.

Особенности работы в политике. Роль политического лидера в медиакоммуникациях. Политический лидер: характеристики. Медиакоммуникации в переговорном процессе. Ведение переговоров в политике. Взаимодействие с заказчиком в сфере политики.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: мультимедийные лекционные занятия, компьютерное тестирование, телекоммуникационные технологии сопровождения в проведении практических работ. Для диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: компьютерное тестирование; собеседование.

ПОЛИТОЛОГИЯ

Цели освоения дисциплины: формирование у обучающихся целостной системы знания о политической сфере общественной жизни, роли политики в жизни современных обществ, познания политической реальности и особенностях мировых политических процессов.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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-10 – Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.

Краткое содержание дисциплины:

Объект, предмет и методы политической науки; функции политологии. Политическая жизнь и властные отношения. Роль и место политики в жизни современных обществ. Социальные функции политики. История политических учений, современные политологические школы. Российская политическая традиция: истоки, социокультурные основания, историческая динамика. Гражданское общество, его происхождение и особенности. Особенности становления гражданского общества в России. Институциональные аспекты политики. Государство как политический институт. Политическая система общества. Политическая власть. Политические режимы и формы правления: сущность, виды, признаки. Политические партии и движения, электоральные системы и политические организации. Политические отношения и процессы. Политические конфликты и способы их разрешения. Политические технологии и политический менеджмент. Политическая модернизация. Политическая элита и политическое лидерство. Политические идеологии. Современные социально-политические направления (радикализм, экстремизм). Национально-государственные интересы России в новой геополитической ситуации.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, метод кейс-стади. При подготовке к семинарским занятиям используются современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие доступ к электронным ресурсам. Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос в ходе проведения всех видов занятий; тестирование; проверка и презентация рефератов; решение кейсов; форма промежуточного контроля – зачет.

ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИААУДИТОРИИ

Цель освоения дисциплины: овладение основными положениями теории аудитории медиа; формирование комплексного понимания закономерностей поведения аудиторий традиционных и новых медиа, как общего характера, так и в частных проявлениях; ознакомление с основными методами исследования аудиторий медиа; овладение навыками анализа аудиторий в отраслевой практике, в том числе в контексте изучения медиарынков, в функционировании и развитии медиапредприятий, в редакционной деятельности, а также в рекламной деятельности и связях с общественностью.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

ПК-4 – Готов к выявлению и изучению информационных и профессиональных потребностей пользователей в медиасреде;

ПК-5 – Способен ставить исследовательские задачи для оценки маркетинговой деятельности организации и отдельных медиапроектов.

Краткое содержание дисциплины:

Теоретические основы исследования аудитории медиа. Понятие аудитории в социальных науках, его история и этапы трансформации в XX-XXI вв. Измерение аудитории как количественное социальное исследование. Базовые методы измерения аудитории: опрос и автоматизированная регистрация. Стандарты и мировые практики измерения аудитории.

Базовые медиаметрические показатели: аудитория, рейтинг, доля аудитории, накопленный охват. Индексы и порядок их расчета. Стоимостные показатели и их использование в индустриальной практике.

Основные направления специальных количественных исследований аудитории в

индустриальной практике. Исследования отношения аудитории к контенту.

Качественные исследования аудитории. Основные методы качественных исследований аудитории: фокус-группы и глубинные интервью. Области применения качественных методов исследования аудитории в индустриальной практике. Гайд качественного исследования и его составление. Модерирование и интервьюирование – основные приемы и типичные ошибки. Анализ данных и представление результатов качественных исследований аудитории.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: в процессе изучения дисциплины на занятиях используются наряду с традиционной технологией и информационно-коммуникационные технологии. Практикуются мультимедийные лекции, разбор кейсов и примеров работ крупных российских и зарубежных СМИ. Применяются различные виды диагностики: проверка выполненных практических работ, тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, защита творческих заданий.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ В МЕДИА

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов системных знаний о задачах, инструментах, процедурах и технологиях подготовки и проведения медиаисследований, а также теоретическое и практическое овладение современной методологией исследования.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

ПК-4 – Готов к выявлению и изучению информационных и профессиональных потребностей пользователей в медиасреде;

ПК-5 – Способен ставить исследовательские задачи для оценки маркетинговой деятельности организации и отдельных медиапроектов.

Краткое содержание дисциплины:

Методология и методика медиаисследований как научная дисциплина, ее предмет и объект. Процедура и основные этапы проведения медиаисследования. Методы медиаисследований: критерии классификации. Количественные и качественные методы в медиаисследованиях. Метод системного анализа. Результативность исследовательской деятельности и способы ее измерения. Методика сравнительного анализа.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: в процессе изучения дисциплины на занятиях используются наряду с традиционной технологией и информационно-коммуникационные технологии. Практикуются лекции (лекция-визуализация, интерактивная слайд-лекция, проблемная-лекция), практические занятия, использующие следующие технологии - групповая дискуссия, проведение исследований в рамках заданной тематики, написание контрольных работ, подготовку студентами докладов и рефератов. Применяются различные виды диагностики: проверка выполненных практических работ, тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, защита творческих заданий.

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

Цели освоения дисциплины: Учебная дисциплина направлена на формирование представлений об основных направлениях деятельности в области управления персоналом, основных методах оценки эффективности работы персонала в современных организациях.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-3 – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

ПК-8 – Способен ориентироваться в разнообразном потоке информации, взаимодействовать с разными организациями, учреждениями и иными источниками информации и идей для создания проектов, координировать взаимодействие с ними, используя как устную, так и письменную коммуникацию.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Управление персоналом организации в современных условиях. Система управления персоналом в современной организации. Персонал как объект управления. Роль и место управления персоналом в системе управления организацией. Задачи и принципы управления персоналом. Взаимодействие подразделения управления персоналом и других структурных подразделений организации. Процесс подбора персонала: Процесс планирования персонала в организации. Процесс подбора персонала. Внутренние источники подбора. Внешние источники подбора. Распределение ответственности. Описание рабочих мест. Подготовка функциональных обязанностей. Определение квалификационных требований. Психология отбора и расстановки кадров. Создание кадрового резерва. Внешний и внутрифирменный поиск кадрового резерва. Адаптация и мотивация. Адаптация работника. Введение в должность и мотивация. Профессионально-психологическая адаптация персонала в организации.

Раздел 2. Эффективность управления персоналом. Оценка персонала. Обучение персонала. Этапы обучения персонала в организации. Процесс управления оплатой работника. Содержание деятельности по оплате работы. Процесс управления оплатой труда

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; методы анализа ситуаций, самостоятельная работа с научной литературой, информационной базой данных, репродуктивные методы, проблемное изложение лекционного материала, проблемно-исследовательские задания.

АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ

Цели освоения дисциплины: формирование у студентов профессиональных знаний, навыков и умений в области арт-менеджмента и воспитание у них соответствующих профессиональных и личностных качеств, необходимых специалистам и руководителям структур медиа рынка.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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;

ПК-9 – Способен готовить и проводить публичные презентации медиапроектов и медиапродуктов в коммерческой и социальной сферах.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Сущность, содержание и специфика современного арт-менеджмента. Введение в дисциплину Понятия «арт-менеджмент» и «творческая индустрия». Объекты творческой индустрии и их классификация. Рынок творческой индустрии и его особенности. Функции арт-менеджмента. Особенности арт-менеджмента как системы управления в сфере творческой индустрии. Творческая индустрия как система: элементы и взаимосвязи. Искусство как форма организации творческой деятельности Роль искусства в обществе. Виды и жанры искусства и их классификация. Формы организации творческой деятельности. Историческая ретроспекция развития видов и жанров искусства и форм организации творческой деятельности. Роль форм организации творческой деятельности в развитии искусства. Факторы, влияющие на развитие форм творческой деятельности. Особенности развития форм творческой деятельности. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности арт-менеджера.

Раздел 2. Мировая и российская творческая индустрия. Исторические этапы развития и становления мировой творческой индустрии. Предпосылки формирования мировой творческой индустрии как системы. Основные закономерности развития мировой творческой индустрии. Роль творческой индустрии в жизни общества: позитивные и негативные аспекты. Основные сегменты творческой индустрии и историческая ретроспекция их развития. Исторические аспекты развития отечественной творческой индустрии и ее современное состояние. Особенности и характерные черты развития отечественной творческой индустрии.

Раздел 3. Управленческий и производственные аспекты арт-менеджмента. Возникновение системы управления производственными процессами в творческой индустрии. Управленческая деятельность как субъектно-объектные отношения. Теории управленческой деятельности и их отражение в системе управления в творческой индустрии. Механизмы управления в творческой индустрии. Проектная деятельность как основа производственной деятельности в сфере творческих индустрий. Управление творческими проектами. Технология проектирования. Основные этапы разработки проекта.

Раздел 4. Механизмы финансирования в творческой индустрии. Основные источники финансирования творческих индустрий. Роль государства в финансировании культуры. Мировой опыт и основные типы финансирования культуры. Фандрейзинг. Информационное обеспечение фандрейзинга. Организация и проведение фандрейзинговой кампании. Спонсорство и благотворительность. Технология работы со спонсорами. Цена и стоимость продуктов творческой индустрии. Особенности ценообразования в сфере творческой индустрии. Факторы, влияющие на ценообразование в творческой индустрии.

Раздел 5. Профессиональные обязанности и личностные качества артменеджера. Профессиональное назначение и характер деятельности арт-менеджера. Квалификационные характеристики арт-менеджера. Профессиональные функции и обязанности менеджера. Оценка эффективности деятельности арт-менеджера в системе государственных и муниципальных учреждений и структур. Профессионально-важные качества и творческое начало личности арт-менеджера. Стратегия профессионального и личностного роста.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; методы анализа ситуаций, самостоятельная работа с научной литературой, информационной базой данных, репродуктивные методы, проблемное изложение лекционного материала, проблемно-исследовательские задания.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРАВО

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов ясных, чётких представлений о правовых основах их будущей профессиональной деятельности, а также способности и готовности применять полученные знания при осуществлении этой деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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.

Краткое содержание дисциплины:

Цели, принципы и методы правового регулирования общественных отношений в информационной сфере. Место информационного права в системе российского права. Состав, основные понятия и общие положения законодательства РФ об информации, информационных технологиях и о защите информации. Принципы и условия обработки персональных данных; права их субъекта. Права и обязанности оператора,

осуществляющего обработку персональных данных; контроль и надзор за обработкой этих данных в РФ.

Понятие государственной тайны. Перечень сведений, составляющих государственную тайну; порядок их засекречивания и рассекречивания, правила распоряжения такими сведениями. Условия и объём правовой охраны служебной и коммерческой тайны; права и обязанности её обладателя. Установленные законом ограничения права на служебную и коммерческую тайну. Содержание и виды правоотношений в сфере интеллектуальной собственности; их субъекты и объекты.

Содержание прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним объекты. Субъекты и объекты авторского права и смежных прав; условия и объём правовой охраны этих объектов, правила их делового (гражданского) оборота. Права на указанные объекты и распоряжение этими правами. Субъекты и объекты права промышленной собственности; правила государственной регистрации этих объектов. Содержание патентных прав; открытая и принудительная лицензии; право прежде- и последпользования.

Общие положения законодательства РФ о СМИ и о рекламе. Требования законодательства РФ к распространению массовой информации и к рекламе. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Содержание и нормативно-правовая база библиотечного дела в РФ; актуальные вопросы теории и практики его правового обеспечения и государственного регулирования. Состав Архивного фонда РФ. Правила хранения и учёта архивных документов; порядок предоставления доступа к этим документам и их использования.

Объём учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, метод кейс-стади. При подготовке к семинарским занятиям используются современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие доступ к электронным ресурсам. Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос в ходе проведения всех видов занятий; тестирование; проверка и презентация рефератов; решение кейсов; форма промежуточного контроля – зачет.

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И ЗАЩИТА ИНФОРМАЦИИ

Цель освоения дисциплины: формирование представлений об основных понятиях в области информационной безопасности и защиты информации, основных принципах построения системы защиты информации; дисциплина является дисциплиной по выбору. Дисциплина изучается во 6 семестре.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

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.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Основные понятия и определения в области информационной безопасности. Политика государства в области информационной безопасности. Нормативные документы в области информационной безопасности. Ключевые принципы информационной безопасности: конфиденциальность, доступной, целостность. Классификация угроз информационной безопасности. Информационная безопасность в сети Интернет.

Раздел 2. Защита информации. Модель угроз безопасности информации. Организационные меры защиты информации. Методы контроля и разграничения доступа. Криптографические методы защиты информации. Программно-технические меры защиты информации. Политика безопасности организации

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, метод кейс-стади. При подготовке к семинарским занятиям используются современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие доступ к электронным ресурсам. Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос в ходе проведения всех видов занятий; тестирование; проверка и презентация рефератов; решение кейсов; форма промежуточного контроля – зачет.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Цель освоения дисциплины: направлена на теоретическую и практическую подготовку студентов к развитию предпринимательской деятельности **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:** владение компетенциями:

УК-9 – Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

ПК-6 – Готов использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в функциональной профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Становление и развитие предпринимательства в социально - культурной сфере. Экономическая сущность и содержание предпринимательства в социально-культурной сфере. Теория и практика концепций предпринимательской деятельности в социально-культурной сфере. Эволюция предпринимательства в социально-культурной сфере зарубежных стран и в России.

Раздел 2. Бизнес и предпринимательство в социально-культурной сфере. Сущностные признаки, цели, технологии ведения бизнеса. Собственное дело. Инновационное предпринимательство в социально-культурной сфере: система, взаимосвязи, классификация, виды. Личность и качества менеджера, бизнесмена и предпринимателя в социально-культурной сфере.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: Лекции с использованием электронных презентаций. Семинарские занятия в форме обсуждения докладов и групповой дискуссии

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

Цель освоения дисциплины: Учебная дисциплина направлена на теоретическую и практическую подготовку студентов к реализации процесса бизнес-планирования

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-9 – Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

ПК-6 – Готов использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в функциональной профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Бизнес-план в системе управления организацией. Планирование как инструмент управления бизнесом. Типы планирования и виды планов. Принципы планирования. Сущность бизнес планирования. Понятие и содержание бизнес-планирования. Цель и назначение бизнес-плана в системе управления фирмой. Задачи и преимущества использования бизнес-плана. Типология бизнес-планов. Основные области применения бизнес-плана. Принципы разработки бизнес-плана. Понятие бизнес-идеи. Источники и методы разработки бизнес идей. Содержание бизнес-идеи и способы ее

представления. Презентация бизнес-идеи. Суть бизнес-модели. Задачи бизнес-модели. Критерии оценки эффективности бизнес-модели. Предпринимательство как реализация бизнес-идеи. Условия приобретения статуса малого и среднего бизнеса. Преимущества и недостатки малого и среднего бизнеса. Начало предпринимательской деятельности. Выбор системы налогообложения. Зарубежный опыт предпринимательства. Франчайзинг. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса.

Раздел 2. Технология бизнес-планирования. Общая структура и краткое содержание бизнес-плана. Резюме. Описание бизнеса. Анализ рынка, план маркетинга. План производства. Организационный план. Финансовый план и оценка рисков. Презентация и экспертиза бизнес-плана. Объем учебной дисциплины.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; методы анализа ситуаций, самостоятельная работа с научной литературой, информационной базой данных, репродуктивные методы, проблемное изложение лекционного материала, проблемно-исследовательские задания.

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА

Цель освоения практики: знакомство с профессиональной деятельностью, профессиональная и социальная адаптация будущих специалистов к работе в учреждениях и организациях по профилю их подготовки.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией

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-6 – Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ПК-4 – Готов к выявлению и изучению информационных и профессиональных потребностей пользователей в медиасреде;

ПК-8 – Способен ориентироваться в разнообразном потоке информации, взаимодействовать с разными организациями, учреждениями и иными источниками информации и идей для создания проектов, координировать взаимодействие с ними, используя как устную, так и письменную коммуникацию.

Краткое содержание практики:

Знакомство с базами практик. Характеристика информационных ресурсов учреждения. Описание групп пользователей. Анализ ассортимента информационных продуктов и услуг. Характеристика информационных процессов организации. Знакомство с информационно-коммуникационными технологиями организации. Документирование результатов прохождения учебной практики.

Объем учебной дисциплины: 7 зачетных единиц, 252 академических часов.

Образовательные технологии: составление и защита отчета, дифференцированный зачет. По итогам практики проводится ее публичная защита на общем собрании студентов курса.

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Цель освоения практики: формирование компетенций по подготовке различных медиатекстов и медиaproдуктов.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией

УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

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-3 – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

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

ПК-1 – Способен создавать и редактировать тексты для нужд профессиональной деятельности (как предназначенные для публичного распространения, так и для иных профессиональных целей) на русском языке, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение;

ПК-4 – Готов к выявлению и изучению информационных и профессиональных потребностей пользователей в медиасреде;

ПК-5 – Способен ставить исследовательские задачи для оценки маркетинговой деятельности организации и отдельных медиапроектов;

ПК-7 – Готов к участию в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта (медиапродукта) в сфере медиакоммуникаций с применением информационно-коммуникационных технологий;

ПК-8 – Способен ориентироваться в разнообразном потоке информации, взаимодействовать с разными организациями, учреждениями и иными источниками информации и идей для создания проектов, координировать взаимодействие с ними, используя как устную, так и письменную коммуникацию.

Краткое содержание практики:

Знакомство с базами практик. Характеристика информационных ресурсов учреждения. Анализ видов и жанров медиапродуктов. Анализ структуры медиапродуктов.

Подготовка медиатекстов по тематике учреждения. Подготовка медиапроектов по тематике учреждения.

Объем учебной дисциплины: 8 зачетных единиц, 288 академических часов.

Образовательные технологии: составление и защита отчета, дифференцированный зачет. По итогам практики проводится ее публичная защита на общем собрании студентов курса.

ПРОЕКТНО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Цель освоения практики: профессиональная адаптация будущих специалистов к работе в учреждениях и организациях по профилю медиакоммуникаций.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

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-3 – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-4 – Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке (ах);

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-4 – Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ПК-2 – Способен воспринимать профессиональные тексты, как на русском, так и на иностранном языке, понимать их коммуникативную эффективность;

ПК-3 – Готов к продвижению медиапроекта и (или) медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;

ПК-5 – Способен ставить исследовательские задачи для оценки маркетинговой деятельности организации и отдельных медиапроектов;

ПК-9 – Способен готовить и проводить публичные презентации медиапроектов и медиапродуктов в коммерческой и социальной сферах.

Краткое содержание практики:

Организация медиакоммуникационной деятельности организации. Изучение документации организации. Анализ деятельности организации в медиaprостранстве. Характеристика коммуникационной политики организации. Подготовка аналитической справки.

Объем учебной дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Образовательные технологии: составление и защита отчета, дифференцированный зачет. По итогам практики проводится ее публичная защита на общем собрании студентов курса.

ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Цель освоения практики: получение теоретических и практических результатов подготовки выпускной квалификационной работы (ВКР), являющихся достаточными для ее успешной защиты.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

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-3 – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-4 – Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке (ах);

УК-5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекста;

ОПК-4 – Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

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-6 – Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ПК-1 – Способен создавать и редактировать тексты для нужд профессиональной деятельности (как предназначенные для публичного распространения, так и для иных

профессиональных целей) на русском языке, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение;

ПК-2 – Способен воспринимать профессиональные тексты, как на русском, так и на иностранном языке, понимать их коммуникативную эффективность;

ПК-3 – Готов к продвижению медиапроекта и (или) медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;

ПК-5 – Способен ставить исследовательские задачи для оценки маркетинговой деятельности организации и отдельных медиапроектов;

ПК-6 – Готов использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в функциональной профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов;

ПК-9 – Способен готовить и проводить публичные презентации медиапроектов и медиапродуктов в коммерческой и социальной сферах.

Краткое содержание практики:

В ходе преддипломной практики студенты осуществляют сбор, обработку, анализ и систематизацию научной информации по теме выпускной квалификационной работы, подготовку доклада по теме выпускной квалификационной работы и выступление с ним на конференции.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Образовательные технологии: консультации с руководителем ВКР. Предзащита ВКР.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Государственная итоговая аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации), включая подготовку к защите и процедуру защиты. Государственная итоговая аттестация проводится Государственной экзаменационной комиссией (ГЭК) во главе с председателем, утверждаемым Министерством культуры РФ. Состав ГЭК утверждается приказом ректора вуза. В состав ГЭК входят не менее 2 работодателей.

Выполнение и защита ВКР

Цель освоения дисциплины: комплексная оценка общекультурных и профессиональных компетенций и степени подготовленности выпускников к профессиональной деятельности в рамках основной образовательной программы по направлению подготовки 51.04.06. «Библиотечно-информационная деятельность».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

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-3 – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-4 – Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке (ах);

УК-5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекста;

УК-6 – Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

УК-7 – Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;

УК-8 – Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций;

УК-9 – Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

УК-10 – Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению;

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

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

ОПК-4 – Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

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-6 – Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ОПК-7 – Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

ПК-1 – Способен создавать и редактировать тексты для нужд профессиональной деятельности (как предназначенные для публичного распространения, так и для иных профессиональных целей) на русском языке, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение;

ПК-2 – Способен воспринимать профессиональные тексты, как на русском, так и на иностранном языке, понимать их коммуникативную эффективность;

ПК-3 – Готов к продвижению медиапроекта и (или) медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;

ПК-4 – Готов к выявлению и изучению информационных и профессиональных потребностей пользователей в медиасреде;

ПК-5 – Способен ставить исследовательские задачи для оценки маркетинговой деятельности организации и отдельных медиапроектов;

ПК-6 – Готов использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в функциональной профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов;

ПК-7 – Готов к участию в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта (медиапродукта) в сфере медиакоммуникаций с применением информационно-коммуникационных технологий.

Краткое содержание дисциплины:

Студент выполняет выпускную квалификационную работу по утвержденной теме в соответствии с заданием и планом-графиком под руководством преподавателя, являющегося его научным руководителем. Тема выпускной квалификационной работы должна характеризоваться социальной значимостью, определяться заказами учреждений культуры и образования, предприятий и организаций, отражать реальные потребности практики в решении актуальных проблем, иметь творческий характер.

Объем учебной дисциплины: 9 зачетных единиц, 324 академических часа.

Образовательные технологии: обзорные лекции, консультации, самостоятельная работа студента, анализ конкретных производственных ситуаций; публичная защита результатов ВКР.

ФАКУЛЬТАТИВЫ

ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

Цель освоения дисциплины: формирование представлений о будущей профессиональной деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

Краткое содержание дисциплины:

Общая характеристика профессиональной деятельности. Специалист по медиакоммуникациям: виды деятельности, решаемые задачи, выполняемые функции; состав общих и специальных знаний и умений; возможности профессионального роста; связь со смежными видами деятельности.

Направления медиакоммуникаций: учреждения, структурные подразделения. Направления их деятельности, решаемые задачи. Коммерческие и государственные учреждения.

Организация деятельности и структура высшего учебного заведения. Концепция развития высшего образования. Таймменеджмент. Коммуникативная культура в вузе. Учебный план, его структура и содержание. Особенности учебного труда студента. Эффективная работа с информацией как основа успешного обучения. Научно-исследовательская работа студентов: виды и формы НИРС, цели и задачи. Информационные ресурсы библиотек. Работа с электронным каталогом научной библиотеки.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; методы анализа ситуаций, самостоятельная работа с научной литературой, информационной базой данных, репродуктивные методы, проблемное изложение лекционного материала, проблемно-исследовательские задания.