

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 18.02.2025 09:46:57  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

## **АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ) ОП ВО**

**Изучение дисциплин ведется в рамках освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО)**

**Цифровые медиакоммуникации**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**реализуемой по направлению подготовки/специальности:**

**42.04.02 Журналистика**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**2024 г.**

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Professional workshop»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 История и основные принципы массовой культуры.	1.1 Основные принципы массовой культуры.
Раздел 2 Построение работы PR отдела.	2.1 Как выбрать и найти информационного партнера. 2.2 Что должно быть в пресс-релизе. 2.3 Что должно быть в медиаплане. 2.4 Где искать контакты СМИ. 2.5 Какие тонкости нужно знать при общении с журналистами.
Раздел 3 Социально экономические возможности для развития новых технологий в рекламе.	3.1 Известные кейсы релкамы всего мира.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Введение в организацию информационного производства»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Основные характеристики предприятия СМИ.	1.1 Процесс организации информационного производства. 1.2 Трудовые ресурсы предприятия СМИ. Финансовые средства периодического издания. Бюджет издания: расходная и доходная часть.
Раздел 2 Масс-медиа как товар.	2.1 Сущность, структура и инфраструктура медиарынка. 2.2 Формы и методы изучения аудитории. Сегментирование рынка прессы. Виды сегментирования телеаудитории.
Раздел 3 Разработка и создание бизнес-плана.	3.1 Бизнес-планирование информационной деятельности. 3.2 Планирование работы редакции. Позиционирование информационного товара на рынке. Маркетинговые мероприятия по улучшению качества информационного продукта.
Раздел 4 Использование новых медиатехнологий для укрепления издания на информационном рынке.	4.1 Характеристики выпущенного издания. Конкурентность товара на информационном рынке. 4.2 «Жизненный цикл» периодического издания. Повторные жизненные циклы. Ребрендинг издания. Конвергенция и мультимедиазация информационной продукции.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Журналистика как социокультурный феномен»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ. Журналистика как область производства и распространения социальной информации. Социокультурная система.	1.1 Журналистика как социокультурное явление. 1.2 Концептуальные положения зарубежных и отечественных теорий коммуникации. 1.3 Способы социокультурной коммуникации. Коммуникативный акт.
Раздел 2 Методы исследования МК. Массовая коммуникации: реалии и проблемы.	2.1 Ценностные ориентиры российского телевидения. 2.2 Социально-ориентированные и культуроформирующие функции телевидения. 2.3 Современная классификация телевизионных жанров. Формат телепрограмм.
Раздел 3 ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ. Миссия телевидения в конструировании социальной реальности.	3.1 Тематика социально-значимых телепрограмм. 3.2 Приоритетные направления в создании социокультурных проектов. 3.3 Межкультурная коммуникация в поликультурном государстве.
Раздел 4 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ (ПРИКЛАДНОЙ) РАЗДЕЛ. Создание социокультурного контента.	4.1 Проектирование социокультурных телепрограмм. 4.2 Этапы создания социокультурных телепроектов. 4.3 Язык телевизионных текстов. Эфирная речь.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Информационные технологии в журналистике и научных исследованиях»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Место и значение новых информационных технологий в современном обществе	1.1 Компьютерные технологии в современном мире. 1.2 Персональный компьютер. Становление информационного общества. 1.3 Новые информационные технологии. Интернет и WWW. 1.4 Определения информационного общества. Признаки информационного общества. Этапы развития информационного общества. 1.5 Специфика информационного пространства. Концепция информационного общества. Проблема информационной безопасности.
Раздел 2 Сознание и философия информационного общества	2.1 Понятие «ноосферы» у В.И.Вернадского. Условия формирования нового сознания в информационном обществе. 2.2 Социальный аспект информационного общества. Понятие виртуальности. 2.3 Сознание и философия интернет-сообщества. Язык и речь в Интернете. Виртуальная языковая личность. 2.4 Культура виртуальной речи. Речевое поведение в Интернете. 2.5 Языковые и внеязыковые средства веб-коммуникации. Языковая интернет-картина мира.
Раздел 3 Компьютер в персональной работе журналиста	3.1 Текст и персональный компьютер. Возможности текстовых редакторов. Компьютерное литературное редактирование. 3.2 Компьютерное техническое редактирование. Подготовка текста к компьютерной верстке. Проблемы работы с текстом на компьютере. 3.3 Кибернетизация языкового мышления. Базы данных и исследовательская журналистика. Релятивные базы и сортировка данных. 3.4 Кибержурналистика, киберрепортаж, киберинтервью. 3.5 Особенности обеспечения информационной безопасности Российской Федерации в различных сферах общественной жизни. 3.6 Медиаметрия как направление использования компьютерных технологий в медиаисследованиях. Автоматизированные измерения аудитории телевидения, радио, Интернета. Измерение реакции телезрителей и радиослушателей по отношению к контенту. Дайал-тест.
Раздел 4 Интернет в персональной работе журналиста	4.1 Правовое законодательство и Интернете. Этика работы журналиста в Интернете. 4.2 Особенности создания сетевого текста. Гипертекст и его специфика. Заголовок сетевого текста.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Информационные технологии в журналистике и научных исследованиях»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
	4.3 Работа с базами данных ИА «Интегрум». Поисковые системы нового поколения. Персональные новости. 4.4 Формирование баз данных контента СМИ и управление ими. Формирование баз данных об аудитории и управление ими.
Раздел 5 Структура интернет-пространства. Создание сайта. Специфика блогосферы	5.1 Формальная и неформальная веб-коммуникация. Речевой портрет веб-коммуниканта. 5.2 Литературная жизнь в Интернете. Сетевые литературные ресурсы. Электронные библиотеки. Интерактивные живые романы. Коллективное веб-творчество. Вариантные сюжеты. Жанры кибературы. Литературные интерактивные игры. 5.3 Этапы создания сайта. Тематика и направленность. Цели создания. Определение целевых аудиторий. 5.4 Продвижение сайта. Предстартовая проверка. Анонсирование на поисковых системах. Баннеры и ссылки дружественных сайтов. Статистика посещения.
Раздел 6 Компьютерная верстка и дизайн печатных периодических изданий	6.1 Виды программных средств, широко используемых в сфере СМИ. Программные средства для вёрстки печатных и Интернет-изданий, подготовки графических материалов, подготовки новостных выпусков на радио и телевидении и др. 6.2 Композиционно-графическая модель. Определение и критерии. Этапы формирования модели. Структура модели. Общие параметры. Формат. Объем. 6.3 Заголовок и логотип. Заголовочный комплекс. Логотип и колонтитул. Графическое лицо печатного издания. Шрифты. 6.4 Размещение текста на полосе. Шрифтовые и нешрифтовые выделения в тексте. Иллюстрации и информационная графика. Фотографии. Рисованные иллюстрации. Информационная графика. 6.5 Пробелы, линейки и маркеры. Дизайн газетной полосы. Макет и модульная сетка. Верстка. 6.6 Принципы компьютерного дизайна. Основные приемы компьютерной верстки. Необходимые программы для верстки макета.
Раздел 7 Информационные технологии в научных исследованиях	7.1 Основные компьютерные программы по медиапланированию и их ведущие характеристики. 7.2 Медиаметрия и возможности её применения. 7.3 Программные средства подготовки новостных выпусков на радио и телевидении: сравнительный обзор. 7.4 Основные принципы контент-анализа. Сравнительный анализ компьютерных программ антиплагиата.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Медиаэкономика»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	2/76
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Основы медиаэкономики.	1.1 Основы медиаэкономики: ключевые термины и основные понятия. 1.2 Бизнес планирование и медиапродукт. 1.3 Практика бизнес-планирования.
Раздел 2 Основы медиаэкономики: позиционирование и корпоративные стратегии.	2.1 Матрица корпоративных стратегий, типологий современных рынков.
Раздел 3 Реклама и бренд: нематериальные активы медиапредприятия.	3.1 Реклама и бренд, построение нематериальных активов медиапредприятия.
Раздел 4 Реклама и в формирование бизнес портфеля медиапредприятия.	4.1 Матрица BCG и понятие СБЕ и СБЗ, формирование сбалансированного бизнес портфеля медиапредприятия.
Раздел 5 Ценовой дом и ценовая политика.	5.1 Цена и ценообразование в медиаиндустрии, спрос и объем производства.
Раздел 6 Анализ факторов внутренней и внешней среды медиапредприятия.	6.1 Анализ факторов внутренней среды медиапредприятия. 6.2 Анализ факторов внешней среды медиапредприятия. 6.3 SWOT-анализ и выбор стратегии.
Раздел 7 Коммуникационное обеспечение медиапредприятия: СЗБ (стратегические зоны бизнеса).	7.1 Формирование и продвижение СЗБ (стратегических зон бизнеса) медиапредприятия.
Раздел 8 Коммуникационное обеспечение медиапредприятия: СБЕ (стратегические бизнес единицы).	8.1 Формирование и продвижение СБЕ (стратегических бизнес единиц) медиапредприятия
Раздел 9 Коммуникационное обеспечение стратегии медиапредприятия.	9.1 Выбор стратегии медиапредприятия: наступательная, оборонительная, фиксирующая стратегии.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Масс-медиа в международном пространстве»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	2/76
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Теоретические основы и международные медиасистемы	1.1 Глобализация и международная медиасреда 1.2 Национальные медиасистемы в международном контексте 1.3 Международные медиаконцерны и транснациональные корпорации
Раздел 2 Регулирование международного медиапространства	2.1 Роль международных организаций в медиасфере 2.2 Медиapolитика и международное право 2.3 Информационная безопасность и цензура
Раздел 3 Тренды и вызовы международной медиасферы	3.1 Информационные войны и медиа как инструменты политики 3.2 Культурный обмен и медиапродукция 3.3 Международные медиа и социальные движения

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Менеджмент в СМИ»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
<p>Раздел 1          Введение в менеджмент СМИ.          Определение, сущности,          применяемые технологии.</p>	<p>1.1 Медиаменеджмент: Базовые понятия курса. СМИ, СМК, Медиаорганизация.          1.2 Медиаменеджмент: понятия, специфика. Медиасистема в цифровую эпоху.          1.3 Медиаменеджмент: понятия, специфика. Контент и его роль для медиаменджера.          1.4 Персональный медиаменеджмент. Особенности управления медиаорганизацией.          1.5 Персональный медиаменеджмент. Оперативный менеджмент и проектный подход в реализации медиапроектов.          1.6 Персональный медиаменеджмент. Корпоративная культура медиаорганизаций.          1.7 Организационные модели и оргструктуры в медиабизнесе. Правовое регулирование.          1.8 Организационные модели и оргструктуры в медиабизнесе. Обзор организационных моделей России и мира.          1.9 Организационные модели и оргструктуры в медиабизнесе. Особенности организационных моделей для различных типов СМИ – ТВ, Радио, Печать.          1.10 Управленческие задачи и решения. Прогнозирование, разработка сценариев, стратегирование.          1.11 Управленческие задачи и решения. Управление рисками в медиаорганизации.          1.12 Управление кадрами в медиакомпании. Стейкхолдеры и их влияние.          1.13 Управление кадрами в медиакомпании. Акционеры и менеджмент.</p>
<p>Раздел 2          Функционирование медиаорганизации</p>	<p>2.1 Проектирование медиа и монетизация СМК. Проектирование нового медиа.          2.2 Проектирование медиа и монетизация СМК. Основные модели монетизации деятельности в медиаорганизации.          2.3 Проектирование медиа и монетизация СМК. Модели монетизации видеоконтента (VOD).          2.4 Проектирование медиа и монетизация СМК. Дистрибуция.          2.5 Проектирование медиа и монетизация СМК. Реклама.          2.6 Проектирование медиа и монетизация СМК. Медиапроект как дополнительная возможность.          2.7 Бюджетирование и финансовое управление медиа. Финансовое планирование и оценка эффективности.          2.8 Бюджетирование и финансовое управление медиа. Как считать бюджет медиаорганизации. Бухгалтерский и управленческий учет.</p>

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Менеджмент в СМИ»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
	2.9 Бюджетирование и финансовое управление медиа. Маркеры рынка – инфляция, прогноз рекламного рынка, прогноз себестоимости производства и т.д. 2.10 Управление медиактивами и правами.
Раздел 3 Итоговое испытание.	3.1 Семинарское занятие по подготовке к итоговому испытанию. 3.2 Написать эссе (2–4 листа) по теме «Оценка СМИ с точки зрения менеджмента» с тремя блоками (1 задание). 3.3 Эссе или презентация на тему «Мой канал коммуникации» с описанием того, как бы вы, как владелец, развивали какой-то конкретный канал коммуникации.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Методология и методика медиаисследований»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	5/180
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Медиаисследования. Базовый курс.	<p>1.1 Введение в тему «Медиаисследования». Основные понятия.</p> <p>1.2 Введение в тему «Медиаисследования». Практическое значение медиаизмерений.</p> <p>1.3 Обзор существующих систем анализа международных СМИ. Поисковые системы.</p> <p>1.4 Обзор существующих систем анализа российских СМИ. Крибрум, Медиалогия, Интегрум, Бренд-Аналитикс – методы анализа, инструменты.</p> <p>1.5 Системы мониторинга, парсинга и работы с социальными сетями. Сбор доступной информации. Правовые аспекты.</p> <p>1.6 Системы мониторинга, парсинга и работы с социальными сетями и мессенджерами. Измеряемые показатели и для чего они.</p> <p>1.7 Российский измеритель Медиаскоп. Методы измерения традиционных СМИ.</p> <p>1.8 Российский измеритель Медиаскоп. Методы измерения цифрового пользования («три экрана», потребление «мобильного» контента и т.д.).</p> <p>1.9 Связь медиа измерений и программирования контента (для ТВ).</p> <p>1.10 Принципы формирования запроса для медиаисследований. Стратегия медиаисследования.</p> <p>1.11 Принципы формирования запроса для медиаисследований. Источники данных.</p> <p>1.12 Принципы формирования запроса для медиаисследований. Метод анализа.</p> <p>1.13 Принципы формирования запроса для медиаисследований. Отчет по медиаисследованию.</p> <p>1.14 Цифровые решения для исследования аудиторий - Яндекс.Статистика, GoogleTrends и т.д.</p> <p>1.15 Основные методы измерения репутации в медиа.</p>
Раздел 2 Итоговое испытание.	<p>2.1 Практическая исследовательская работа (задание 1).</p> <p>2.2 Мониторинг СМИ или СМК (задание 2).</p>

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Маркетинговое мышление и медиапространство»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Классические и инновационные способы распространения медиапродукта и процесс доступа целевой аудитории к контенту СМИ и новых медиа.	1.1 Медиарынок как информационное пространство. 1.2 Сегментация медиарынка. 1.3 Современные способы интернет-маркетинга. 1.4 Информационные потребности и запросы аудитории классических и новых медиа.
Раздел 2 Медиамаркетинг как производственный процесс изменения медиапродукта (газеты, журнала, радио-, телеканала и новых медиа).	2.1 Редакционно-издательский маркетинг. 2.2 Продвижение и реклама медиапродукта. 2.3 Финансовая политика медиапредприятия и планирование редакционно-издательского маркетинга. 2.4 Маркетинговые прогнозы.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Методология проектной деятельности»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Роль науки в современном обществе и организационно-исследовательские основы научной работы.	1.1 Основные понятия управления проектом. 1.2 Классификация проектов. 1.3 Жизненный цикл проекта. 1.4 Управление программой и портфелем проектов. 1.5 Заинтересованные стороны проектов.
Раздел 2 Базовые концепции управления проектами.	2.1 Управление содержанием проекта. 2.2 Управление сроками проекта. 2.3 Управление бюджетом проекта. 2.4 Управление персоналом (командой) проекта. 2.5 Управление стейкхолдерами проекта. 2.6 Управление коммуникациями проекта. 2.7 Управление рисками проекта. 2.8 Управление закупками проекта.
Раздел 3 Организация проектного финансирования	3.1 Метод критического пути. 3.2 Финансирование инвестиционных проектов и его особенности. 3.3 Метод Agile, SCRUM.
Раздел 4 Оценка экономической эффективности инвестиций.	4.1 Основные принципы оценки инвестиционного проекта. 4.2 Простые методы оценки экономической эффективности инвестиционных проектов. 4.3 Дисконтированные критерии расчета экономической эффективности инвестиции.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Муниципальное телевидение»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Место и роль телевидения в системе средств массовой коммуникации.	1.1 Газеты, радио и телевидение – разновидности единой системы массовой коммуникации.
Раздел 2 Общественные функции телевидения.	2.1 Изучение специфики ТВ - веление времени.
Раздел 3 Этика и эстетика телеэкрана. Правовые и профессионально-этические ориентиры.	3.1 Этический кодекс тележурналиста. 3.2 Особенности подачи информации на муниципальном телевидении.
Раздел 4 Специфика работы телевизионного журналиста. Хроникер, публицист, художник, скоморох.	
Раздел 5 Телеаудитория и методы ее изучения.	
Раздел 6 Выразительные средства телевещания.	

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Новые медиа: предпосылки формирования, текущее состояние, тренды и перспективы»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Теоретические и социальные предпосылки формирования новых медиа	1.1 Понятие и характеристика новых медиа 1.2 Исторические предпосылки: от массовой печати до цифровой эпохи 1.3 Социальные изменения и медиа: переход к интерактивным коммуникациям
Раздел 2 Текущие форматы и платформы новых медиа	2.1 Социальные сети как ядро новых медиа 2.2 Блоги, подкасты и видеоконтент 2.3 Мессенджеры и их роль в медиакоммуникации
Раздел 3 Технологии и инновации в новых медиа	3.1 Роль искусственного интеллекта в медиапроизводстве 3.2 Дополненная и виртуальная реальность в медиа 3.3 Big Data и аналитика в новых медиа
Раздел 4 Тренды и перспективы развития новых медиа	4.1 Глобальные тренды в медиапотреблении 4.2 Медиаплатформы и цифровая экономика 4.3 Этика и вызовы новых медиа

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«От «королей прессы» к цифровым медиагигантам: экосистема и платформы цифровых медиа»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Эволюция медиаиндустрии: от печатной прессы до цифровых платформ	1.1 Эпоха «королей прессы» и доминирование печатных медиа 1.2 Переход к цифровой эпохе: причины и этапы трансформации
Раздел 2 Цифровые медиагиганты и их экосистемы	2.1 Кто такие цифровые медиагиганты? 2.2 Экосистема цифровых медиа: структура и взаимодействие
Раздел 3 Бизнес-модели цифровых медиа	3.1 Основные типы бизнес-моделей в цифровых медиа 3.2 Платформенная экономика и её особенности
Раздел 4 Технологии и инновации цифровых медиаплатформ	4.1 Искусственный интеллект и персонализация контента 4.2 Big Data и аналитика в цифровых медиа
Раздел 5 Влияние цифровых медиагигантов на общество	5.1 Социальные и политические аспекты работы платформ 5.2 Цифровое неравенство и информационная безопасность
Раздел 6 Будущее цифровых медиаэкосистем	6.1 Тренды развития цифровых медиагигантов 6.2 Цифровая трансформация локальных медиа

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Организация работы пресс-службы»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Принципы и особенности взаимодействия различных организаций со СМИ.	Понятие, сущность медиа рилейшнз. Факторы, способствующие возникновению пресс-службы в организации. Понятие и принципы информационной политики. Модели построения медиарилейшнз организации. Понятие "пресс-служба".
Раздел 2 Предпосылки возникновения и история развития пресс-рилешнз в России и в других странах.	Предпосылки возникновения и этапы развития деятельности пресс служб в США и в странах Западной Европы в IXX-XX в. Развитие и специфика деятельности пресс-служб в органах государственной власти Великобритании. Политические предпосылки создания пресс служб в России. Этапы создания пресс-служб в России. Современный опыт построения медиарилейшнз органов государственной власти и коммерческих организаций России зарубежных стран.
Раздел 3 Структура и функции современной пресс-службы.	Принципы организации деятельности пресс-службы. Направления деятельности пресс-службы. Варианты структуры пресс-службы.
Раздел 4 Нормативно-правовая основа и документационное обеспечение деятельности пресс службы.	Система документационного обеспечения деятельности пресс-службы. Правовой статус сотрудника пресс-службы. Полномочия пресс-службы.
Раздел 5 Существующая медиасреда как поле деятельности пресс службы.	СМИ как каналы коммуникации пресс-службы с различными аудиториями. Факторы, влияющие на взаимоотношения СМИ и пресс-служб в регионе.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Педагогика и психология высшей школы»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Теоретические основы педагогики высшей школы	Предмет, задачи и функции педагогики высшей школы Закономерности и принципы образовательного процесса Методы и формы обучения в высшей школе
Раздел 2 Психология личности и педагогическое взаимодействие	Психологические особенности студентов вуза Педагогическая коммуникация и взаимодействие Проблемы и конфликты в образовательном процессе
Раздел 3 Организация образовательного процесса в высшей школе	Дидактический дизайн и планирование обучения Контроль и оценка знаний студентов
Раздел 4 Инновации и развитие высшего образования	Современные вызовы и тенденции высшего образования Проблемы и перспективы внедрения инноваций

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Сетевая журналистика»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Природа информации. Информация и данные	Определение понятия информации, ее природы и влияния на человека. Информация как продукт, информация как товар.
Раздел 2 Парадигмы мышления и медиа. Исторический и философский контекст появления медиа как индустрии. Кастовое мышление и медиа.	Премодерн, модерн, пост модерн и медиа. Исторический и философский контекст появления медиа как индустрии.
Раздел 3 Схема коммуникаций в премодерне, модерне и постмодерне. Субъекты трех парадигм и информационные потоки.	Развитие коммуникаций в премодерне, модерне, постмодерне. Рост влияния медиа как индустрии, поглощение всех общественно-политических процессов на рубеже XX-XXI века.
Раздел 4 Принципы работы и схема организации работы медиаструктур: от блогов до информационных холдингов. Интерпретация как основной медиапродукт.	Принципы работы и схема организации работы медиаструктур: от блогов до информационных холдингов: структура редакции, циркуляция потоков в информационном пространстве, растущая роль социальных сетей. Интерпретация как основной медиапродукт.
Раздел 5 Социальные сети и портативные устройства как новая медиареальность. Принципы работы, источники доходов, бенефициары, Cambridge Analytica.	Технологические революции и их влияние на общественные процессы. Социальные сети и портативные устройства как новая медиареальность – каждый стал производителем контента.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Современные медиатехнологии»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Российские средства массовой информации: исторический экскурс. Базовые понятия: медиа, информация, масс-медиа, коммуникация.	Базовые понятия курса: медиа, информация, масс-медиа, коммуникация.
Раздел 2 Функциональные особенности традиционных и электронных СМИ.	Функциональные особенности печатных СМИ, радио, телевидения.
Раздел 3 Трансформация СМИ: конвергенция СМИ, новые медиа.	Трансформация СМИ: конвергенция СМИ, новые медиа.
Раздел 4 Возможности радиожурналистики в 21 веке.	История радио.
Раздел 5 Значение фотографии в современной журналистике.	История возникновения фотографии.
Раздел 6 Мощь и значимость видео в журналистике.	История создания телевидения. Форматы вещания.
Раздел 7 Взаимосвязь журналистики и веб дизайна.	Взаимосвязь журналистики и веб-дизайна.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Современный медиатекст»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Основные характеристики современного медиатекста	Медиатекст как базовый предмет медиалингвистики. Проблемы и актуальные процессы развития и изучения медиатекста в теоретическом осмыслении русского и мирового языкознания. Правовые аспекты публичного функционирования современного медиатекста.
Раздел 2 Язык и стиль современного медиатекста.	Принципы КСВ как продолжение системы функциональных стилей русского языка. Цели, задачи и функции медиатекста. Жанровая классификация медиатекстов. Содержание и форма медиатекста. Образные выразительные средства и риторика журналистской речи.
Раздел 3 Языковые и речевые антиномии современной медиастилистики.	Речевая агрессия и проблемы лингвистической безопасности. Норма и культура речи. Речевые аномалии, знаки культуры, авторское и «чужое» слово в современных медиатекстах.
Раздел 4 Ключевые факторы функционирования современного	Медиатекст как бизнес-проект в контексте развития креативных индустрий. Медиатекст как объект цифровой медиаметрии и социального маркетинга.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Современные теории массовой коммуникации»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Исторические предпосылки и методологические основания исследования МК.	Предмет и задачи курса. Теории средств массовой коммуникации. Становление отечественной теории массовой коммуникации.
Раздел 2 Массовая коммуникация как система.	Структурные элементы системы МК. Возникновение учений о массах и психологии масс.
Раздел 3 Новое как социальная информация и коммуникативное действие.	Понятие информации. Классификация информации. Коммуникация как социальное действие.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Технологии графического дизайна»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Основы компьютерной графики и дизайна (пропедевтика)	История развития графического дизайна. Виды дизайна и их основные характеристики. Основные программы и источники вдохновения.
Раздел 2 Базовые составляющие	Основные приемы композиции. Типографика: понятия и составляющие. Колористика и психология цвета.
Раздел 3 Genially	Введение в Genially. Интерактивная новость. Интерактивная инфографика. Интерактивная презентация. Журналистская игра.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Теория стратегии и методология стратегирования в контексте цифровых медиакоммуникаций»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Теоретические основы стратегии и стратегирования	Понятие стратегии и стратегического управления Эволюция стратегического мышления и стратегирования Особенности стратегирования в медиакоммуникациях
Раздел 2 Цифровая медиасреда и стратегический анализ	Методология анализа медиасреды Цифровая трансформация медиакоммуникаций Тренды и вызовы цифровой медиасферы
Раздел 3 Инструменты и методы стратегического планирования	Ключевые инструменты стратегирования Методология стратегического планирования
Раздел 4 Управление стратегией в цифровых медиакоммуникациях	Внедрение и контроль стратегий Гибкие стратегии и адаптация к изменениям
Раздел 5 Практика разработки и реализации стратегий	Анализ успешных кейсов стратегий в медиакоммуникациях Создание стратегических решений для медиапроектов

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Управление контентом в цифровой среде»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Основы управления контентом в цифровой среде	Понятие контента и его роль в цифровой среде Цифровые платформы и каналы распространения контента Стратегии управления контентом
Раздел 2 Инструменты управления контентом и аналитика	Ключевые инструменты для создания и управления контентом SEO и оптимизация контента для поисковых систем Аналитика и мониторинг эффективности контента
Раздел 3 Продвижение и взаимодействие с аудиторией	Цифровой маркетинг и распространение контента Контент для разных платформ: особенности и требования Взаимодействие с аудиторией и управление репутацией

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения  
 ОП ВО «Цифровые медиакоммуникации»  
 по направлению 42.04.02 Журналистика

<b>Наименование дисциплины</b>	«Философия и методология науки»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1 Философия науки: основные концепции и этапы развития	Наука как предмет философского анализа Исторические этапы развития философии науки Основные школы философии науки
Раздел 2 Методология научного исследования	Научное познание и его уровни Структура научного исследования Методы и логика научного объяснения
Раздел 3 Современные философские проблемы науки	Наука и этика Наука и общество Междисциплинарность и интеграция наук
Раздел 4 Методы и технологии научного исследования в цифровую эпоху	Цифровые инструменты в научном исследовании Формирование научной аргументации Научная коммуникация в цифровую эпоху