

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И АКАДЕМИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА»

Дисциплина «Методология исследовательской деятельности и академическая культура» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – профессиональная подготовка магистров, необходимая для формирования методологической и научной культуры, системы знаний, умений и навыков в области организации и проведения научных исследований в условиях академической среды.

Задачи дисциплины:

- формирование у обучающихся целостных теоретических представлений об общей методологии научного творчества;
- овладение знаниями в области основ методологии, методов и понятий научного исследования;
- развитие аналитического мышления, умение логично и стройно излагать свои мысли, развитие способностей к обобщению и анализу информации, постановке целей и выбору путей ее достижения;
- изучение возможностей современных информационных технологий для реализации исследований в маркетинговой деятельности.
- формирование практических навыков и умений применения научных методов, а также разработки программы методики проведения научного исследования;
- воспитание нравственных качеств и соблюдения этических норм, соответствующих академической культуре, в процессе осуществления научного исследования.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1 – Способен к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** теоретические и методологические основы организации научно-исследовательской деятельности в рамках существующей академической культуры; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач; способы и инструменты анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов; сущность и понятие траектории личностного и профессионального роста; методы самоменеджмента и самоорганизации

**Уметь:** выявлять и анализировать тенденции современной науки, определять перспективные направления научных исследований в области маркетинга, использовать экспериментальные и теоретические методы исследования в профессиональной деятельности, соблюдать, поддерживать и развивать принципы существующей академической культуры; анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов; анализировать основные тенденции развития институтов государства и общества; вести научно-исследовательскую и другие виды интеллектуальной деятельности; повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство

**Владеть:** современными методами и инструментальными средствами научного исследования в предметной сфере; навыками самостоятельной творческой работы, совершенствования и развития своего научного потенциала, а также нравственного потенциала современного ученого; навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками, методами принятия решений.; особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; навыками анализа основных тенденций; навыками разработки

и создания коммуникационных продуктов на основе результатов анализа; методами разработки индивидуальной траектории личностного и профессионального роста

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (Английский)**

**Цель дисциплины:** формирование у студентов необходимой коммуникативной языковой компетенции, а также высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения.

Такая профессиональная подготовка предполагает формирование у студентов способности и готовности к межкультурной коммуникации, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в профессионально-коммуникативной, научно-исследовательской, экспертно-аналитической, редакционно-издательской и культурно-просветительской деятельности.

### **Задачи дисциплины:**

- развить умение письменного (чтение, письмо) и устного (говорение, аудирование) иноязычного общения;
- уметь собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные на иностранном языке, необходимые для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным, научным и этическим проблемам;
- овладеть навыками публичной речи и аргументации для ведения дискуссии;
- научиться анализировать тексты профессионального и социально значимого содержания, аннотировать и реферировать научную литературу;
- научиться строить свое речевое и неречевое поведение в соответствии с социокультурной спецификой страны изучаемого языка;
- овладеть навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности.

Развивающая цель обучения предполагает такую организацию обучения иностранному языку, когда учитываются интересы, индивидуально-личностные особенности и потребности обучаемого, когда студент выступает как полноправный участник процесса обучения, построенного на принципах сознательного партнерства и взаимодействия с другими студентами и с преподавателем. Это ведет к интеллектуальному развитию личности студента, овладению им определенными когнитивными приемами для осуществления познавательной коммуникативной деятельности, формированию социально-личностных компетенций, развитию самостоятельности студента, его творческой активности, организованности, личной ответственности за результат обучения, умению работать в команде. Воспитательной целью при обучении иностранному языку является формирование у студента мировоззрения, предполагающее уважительное отношение к духовным ценностям своей страны и общекультурным ориентирам.

В результате освоения материала обучающийся должен:

### **Знать:**

- составные элементы творческого потенциала человека, основные направления профессионального саморазвития, самореализации;
- специфику артикуляции звуков; чтение транскрипции; особенности интонации, акцентуации и ритма нейтральной (бытовой) речи в иностранном языке; особенности произношения, интонации и акцентуации, характерные для сферы профессиональной коммуникации;
- базовую нейтральную (бытовую) и терминологическую лексику;
- базовые грамматические конструкции и формы, типичные для нейтральной (бытовой) речи; грамматические конструкции и формы, присущие подязыку специальности;
- свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы бытовой и профессиональной коммуникации;
- основные способы словообразования;

– классификацию функциональных стилей речи и основные характеристики и особенности обиходно-литературного, официально-делового, научного стилей и стиля художественной литературы;

– историю, культуру и традиции своей страны и стран изучаемого языка

**Уметь:**

– выделять и характеризовать проблемы собственного развития, формулировать цели профессионального и личностного развития;

– дифференцировать иноязычную лексику по сферам применения (нейтральная / бытовая, общенаучная, официально-деловая, терминологическая);

– соотносить языковые средства с конкретными повседневными бытовыми ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;

– работать с/над текстами страноведческой, общенаучной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;

– понимать монологическую/диалогическую речь, в которой использованы наиболее употребительные лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций повседневного и профессионального общения;

– понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран.

**Владеть:**

– навыками приобретения умений и знаний, основными приемами планирования и реализации необходимых видов деятельности, самооценки профессиональной деятельности; подходами к совершенствованию творческого потенциала.

– базовым набором лексики (нейтральной / бытовой, общенаучной и терминологической направленности); языком разных жанров научной и справочной литературы (статьи, монографии, бюллетени и другая документация);

– базовым набором грамматических конструкций, характерных для бытовой, общенаучной и специальной литературы;

– навыками чтения (просмотрового, ознакомительного, поискового, изучающего);

– основными видами монологического/диалогического высказывания бытового, общенаучного и профессионального характера;

– приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности;

– переводческими навыками (устный/письменный перевод текстов профессиональной направленности);

– методикой и приемами перевода (реферативного, дословного);

– навыками и методикой поиска страноведческой и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, ресурсами информационно-телекоммуникационной сети Интернет);

– письменной формой языка в рамках, обязательных для осуществления профессиональных функций и научной деятельности (написание тезисов, статей, рефератов, аннотаций, докладов, рецензий, и т.п.);

– основами публичной речи и базовыми приемами ораторского искусства.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ»

Дисциплина «Межкультурное взаимодействие» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой теории и практики общественных связей.

Цель дисциплины: сформировать у студентов готовность работать в мультикультурной (полиэтнической, многонациональной) среде, эффективно общаться с представителями основных деловых культур.

Задачи:

1) создать условия для усвоения студентами теории межкультурной коммуникации, а также особенностей менталитета и этикета, ценностей, норм, ролевых структур и коммуникативных моделей основных деловых культур; способствовать осознанию этнических стереотипов своей собственной и других культур;

2) способствовать развитию способности вживаться в другую культуру, вести себя в соответствии с нормами и правилами чужой культуры и налаживать межличностные отношения; повысить уровень культурной сензитивности (восприимчивости) и расширить «культурный горизонт» за счет овладения коммуникативными паттернами и стратегиями иных культур;

3) отработать навыки межкультурного взаимодействия, включая применение невербальных средств; сравнительного анализа особенностей менталитета и коммуникации различных культур, проведения исследования особенностей коммуникации методом включенного наблюдения;

4) содействовать пониманию студентами этапов и тенденций развития отечественного и мирового культурного процесса; формированию навыков исследования процесса развития отечественной и мировой культуры, отслеживания новейших тенденций в этой сфере; анализа достижения отечественной и мировой культуры, а также их использования при подготовке текстов в области рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- Знать особенности менталитета и этикета различных культур; теории межкультурной коммуникации, а также основные принципы построения коммуникации в различных культурах; ценности, нормы, ролевые структуры, коммуникативные модели основных деловых культур; этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса, достижения отечественной и мировой культуры.

- Уметь анализировать и сравнивать особенности менталитета и коммуникации различных культур; пользоваться полученными знаниями о культурном разнообразии для решения задач межкультурного взаимодействия; вживаться в другую культуру, вести себя в соответствии с нормами и правилами чужой культуры и налаживать межличностные отношения с представителями основных деловых культур; искать и находить информацию об этапах и тенденциях развития отечественного и мирового культурного процесса, анализировать достижения отечественной и мировой культуры.

- Владеть навыками проведения исследования особенностей коммуникации методом включенного наблюдения; стратегиями и тактиками общения в мультикультурной среде; ценностями, нормами, ролевыми структурами и коммуникативными моделями основных деловых культур; навыками исследования процесса развития отечественной и мировой культуры, а также учиться отслеживать новейшие тенденции в этой сфере, навыками использования достижений

отечественной и мировой культуры при подготовке текстов в области рекламы и связей с общественностью.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ»**

Дисциплина «Методологические проблемы современной науки» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой теории и практики общественных связей.

Цель учебной дисциплины: на основе систематизации знаний о методологических проблемах современной науки, вовлечения в процессы методологической рефлексии научно-познавательной деятельности способствовать формированию у обучаемых методологической культуры, ориентированной на решение теоретических и практических проблем в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи учебной дисциплины:

- раскрыть содержание основных концепций, понятий и направлений исследования в области методологии современной науки;

- сформировать у студентов комплекс компетенций, связанных с выявлением и рассмотрением методологических аспектов развития современной науки;

- способствовать развитию методологической культуры, обеспечивающей привлечение и инновационное использование общенаучных знаний и тенденций в прикладной профессиональной области.

- содействовать становлению самостоятельной методологической позиции в анализе и оценке результатов научного поиска в коммуникативных науках и социально-гуманитарном научном познании.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: организационные и коммуникативные основы построения научно-познавательной деятельности; основные формы знания, определения научного знания и науки как формы культуры; принципы анализа и синтеза научных концепций; принципы анализа и синтеза научных концепций; принципы и сущность междисциплинарной интеграции; теоретико-методологические основания научных исследований развития общественных и государственных институтов; принципы и методологию репрезентации их деятельности в медиатекстах и коммуникационных продуктах.

Уметь: выдвигать новые идеи в исследовательском контексте; формулировать выводы как на основе наиболее обобщенного взгляда на проблему, так и последующей декомпозиции; находить креативные решения на основе рефлексии; находить креативные решения на основе рефлексии; использовать методы и концепции других наук при решении задачи; применять общие научные и специальные методы для анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их освещения в создаваемых коммуникационных продуктах.

Владеть: первичными методологическими и методическими навыками научно-познавательной деятельности, информационными технологиями поиска исследовательской и библиографической информации; информационными технологиями поиска исследовательской и библиографической информации, приемами и способами самостоятельной учебной и исследовательской поисковой деятельности; методами системного подхода; методами системного подхода; широким научным кругозором и логикой науки; процедурами и приемами анализа медиарепрезентаций общественно-

государственных институтов, навыками профессиональной коммуникации в этой области деятельности.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММЕРЧЕСКИЕ ВИДЫ ТЕКСТА»**

Дисциплина «Коммерческие виды текста» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины. Формирование у обучающихся теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке содержания коммерческих текстов, сообщений, слоганов, включая их текстовую и иллюстративную составляющие.

Задачи дисциплины. Достижение поставленной цели осуществляется через реализацию следующих задач:

Сформировать комплекс знаний о коммерческом тексте;

Освоить разные подходы к изучению коммерческого текста;

Сформировать представление о структуре текста и его признаках;

Составить представление об уровнях коммерческого текста и его поэтике;

Выявить особенности рекламного и PR текста;

Сформировать представление о жанровой парадигме рекламного и PR текста;

Выработать навыки анализа и конструирования различных жанров коммерческого текста

Сформировать умения и навыки по оценке эффективности и успешности рекламного текста

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основы теории создания коммерческого текста (копирайтинга), типологию основных форм и типов коммерческих текстов, законы их составления;

- основные творческие техники и технологии создания продающих текстов.

Уметь:

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

- использовать мировой и отечественный опыт копирайтинга с учётом тенденций развития этой сферы на современном этапе.

- производить и воспроизводить идеи, авторские ходы и преобразовать их в рекламный текст (продукт);

- создавать тексты официально-делового стиля, информационно-воздействующие, а также сочетающие в себе несколько стилей в пределах одного текста в полноте их видовых и жанровых разновидностей

- генерировать новые идеи при создании коммерческих видов текста;

- подбирать методы планирования, организации и координации процесса создания текстов и продуктов (в том числе медиа- и коммуникационных)

- применять на практике полученные теоретические знания о создании и продвижении коммерческих текстов.

Иметь навыки:

- разработки вербальной части рекламных коммуникаций;

- выявления потребности общества в текстах и продуктах (в том числе медиа- и коммуникационных) различных видов, жанров, стилей и форматов; планирует, организует и координирует процесс их создания, использует нормы русского и иностранного языков, понимает особенности иных знаковых систем с учетом их изменений;

- творческих концепций в соответствии с техническим (творческим) заданием для решения маркетинговых и творческих задач;
- разработки творческих идей по брифу;
- сбора и анализа информации для создания текстов разностильных, информационно-воздействующих, в полноте их видовых и жанровых разновидностей.

Приобрести опыт:

- разработки нескольких вариантов решений, поиска нестандартных и наиболее приемлемых решений творческих задач
- оперативного планирования и контроля профессиональной деятельности в области копирайтинга - публичной презентации результатов профессиональной деятельности

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-6.1. Проявляет способность повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство, строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры, с опорой на методы самоменеджмента и самоорганизации.

УК-6.2. Демонстрирует способность вести интеллектуальную, в том числе научно-исследовательскую деятельность

УК-6.3. Демонстрирует способность к самообразованию и использует предоставленные возможности для приобретения новых знаний и навыков

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

ОПК-4.2. Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ КОНТЕНТА»**

Целью дисциплины «Инструменты для создания контента» является формирование способностей по созданию текстов официально-делового стиля, информационно-воздействующих, а также сочетающих в себе несколько стилей в пределах одного текста в полноте их видовых и жанровых разновидностей.

Задачами дисциплины «Инструменты для создания контента»:

- подготовка обучающихся к профессиональной деятельности;
- знакомство обучающихся с понятийным аппаратом дисциплины;
- знакомство с программами для обработки фотоматериалов;
- приобретение навыков в оформлении материалов и бильд-редактуры;
- изучение особенностей редактурных типов текстов;
- приобретение навыка в подборе подходящей инфографики;
- обучение применению полученных знаний в процессе теоретической и практической деятельности;
- овладение инструментами для работы с видеоконтентом;
- формирование навыка оформления технического задания.

В результате освоения дисциплины «Инструменты для создания контента» обучающийся должен:

Знать:

- методы критического анализа и оценки современных научных достижений в рамках решения конкретной задачи;
- знать законы построения и законы восприятия текстов вообще и журналистских, нормами речевой этики;
- тенденции модернизации технического оборудования и программного обеспечения;
- тенденции в появлениях новых расходных материалов;
- способы адаптации в медиапроизводстве при сочетании теоретических и практических знаний о возможностях современных цифровых устройств.

Уметь:

- применять методы критического анализа и оценки современных научных достижений в рамках решения конкретной задачи;
- уметь давать оценку журналистскому тексту и устранять его смысловые, жанрово-композиционные дефекты, проявления негативной речевой этики;
- формулировать документы и другие тексты адекватно коммуникативной задаче;
- анализировать информацию и оценивать результат для выбора наилучшего решения;
- оценивать результаты своей деятельности с возможностями применения мобильных и стационарных цифровых устройств;
- выступать перед аудиторией.

Владеть:

- методами критического анализа и оценки современных научных достижений в рамках решения конкретной задачи;
- алгоритмом и методикой правки журналистского- текста; - нормами речевой этики;
- способами ориентации в профессиональных источниках информации;
- навыками создания текстовых и наглядных изображений медиа объектов.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ПРОДАКТ-МЕНЕДЖМЕНТА»**

Дисциплина «Основы продакт-менеджмента» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Целью дисциплины «Основы продакт-менеджмента» является систематизация и закрепление теоретических знаний, а также приобретение практических навыков магистрантами при решении стратегических и операционных задач управления продуктовой политикой предприятия.

Научить применять полученные знания и умения на практике; показать, как активно использовать в работе научные методы: сопоставлять, наблюдать, анализировать, делать выводы и проводить самостоятельные исследования; развить способность самостоятельно искать нужную информацию, работать с научной литературой и осваивать новый материал; привить навыки конструирования учебных ситуаций и поиска эффективных решений; заложить основы критического мышления; научить решать практические задачи; сформировать основные принципы профессиональной этики; развить умение делать грамотные презентации и защищать творческие проекты; сформировать навыки индивидуальной и групповой работы.

Задачами дисциплины «Основы продакт-менеджмента» является:

- формирование у магистров базисного набора знаний в области применения маркетинговых подходов к изучению сущности категорий «продукт» и «товар» с позиции маркетинга;
- формирование и систематизация знаний в области управленческих аспектов товарной политики предприятия;
- формирование у магистров базисного набора знаний в области создания и разработки новых товаров с позиции маркетинга;
- систематизация знаний магистров в области структурных элементов политики распределения и продвижения.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: УК-1.4. Принимает обоснованное решение, определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи;

ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности;

ОПК-6.2. Адаптирует возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств в медиаотрасли.

В результате освоения дисциплины «Основы продакт-менеджмента» обучающийся должен:

Знать:

- методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.

- методы и инструменты количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений.

- методологию анализа маркетинговой информации при принятии управленческих решений в процессе управления продуктом, продвижения его на рынок.

Уметь:

- использовать методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций

- использовать методы и инструменты количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений

- применять методологию анализа маркетинговой информации при принятии управленческих решений в процессе управления продуктом, продвижения его на рынок

Владеть:

- методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций

- навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений.

- навыками применения методов анализа маркетинговой информации при принятии управленческих решений в процессе управления продуктом, продвижения его на рынок

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В КОММУНИКАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ»**

Дисциплина «Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: овладение студентами инструментарием применения инновационных информационно-коммуникационных технологий в медиапроизводстве в целях обеспечения эффективности профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

выработать навыки использования современных информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач;

научить практическим навыкам применения информационных технологий в медиапроизводстве;

привить умение самостоятельно приобретать новые знания, изучая первоисточники и используя современные информационные технологии.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

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

ОПК-6 – способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: актуальные информационно-коммуникационные технологии, применяемые при поиске информации; тенденции развития и количественные характеристики современных инфо-коммуникационных технологий, методы их использования в процессе медиапроизводства; качественные и количественные характеристики современных инфо-коммуникационных технологий, методы их использования в процессе медиапроизводства.

Уметь: определять характер информации, необходимой для решения стандартных коммуникационных задач; применять современные информационно-коммуникационные технологии для поиска соответствующей информации; систематизировать результаты коллективной интеллектуальной деятельности; анализировать современное состояние информационно-коммуникационных технологий для планирования, организации, управления и внедрения в процесс

медиапроизводства; использовать современные информационно-коммуникационные технологии для анализа, планирования, организации, управления и внедрения в процесс медиапроизводства.

Владеть: навыками корректного использования информационно-коммуникационными технологиями; навыками поиска и отбора необходимой информации на государственном и иностранных языках; навыками систематизации результатов коллективной интеллектуальной деятельности; навыками отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; навыками внедрять в процесс медиапроизводства современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «DIGITAL-МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ»**

Дисциплина «Digital-маркетинг в сфере культуры» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: развитие у обучающихся перспективного понимания применения практик digital-маркетинга в сфере культуры.

Задачи дисциплины:

- сформировать знания относительно digital-маркетинга;
- изучить специфику практик маркетинга в сфере культуры;
- закрепить навыки диагностики и разработки практик digital-маркетинга в сфере культуры.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-2.6. Представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу;

УК-3.1. Демонстрирует способность организовать работу коллектива;

УК-4.4. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном (-ых) и иностранном (-ых) языках;

УК-6.1. Проявляет способность повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство, строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры, с опорой на методы самоменеджмента и самоорганизации;

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

ОПК-4.2. Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать : основы проектной деятельности; основы менеджмента; основы деловой коммуникации; основы самоменеджмента и самоорганизации; основы методологии социологических исследований; основы прогнозирования.

Уметь : реализовывать исследовательскую работу в проектной деятельности; организовать работу коллектива; верифицировать социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном (-ых) и иностранном (-ых) языках; строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры; диагностировать потребности общества и интересы отдельных аудиторных групп; предопределять потенциальную реакцию целевой аудитории.

Владеть : навыками представления и защиты самостоятельно разработанного проекта любого типа, в том числе осуществления исследовательской работы; навыками командного лидерства; навыками ведения деловой переписки, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном (-ых) и иностранном (-ых) языках; навыками повышения своего интеллектуального уровня, квалификации и мастерства; навыками интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; навыками прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

## **АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ»**

Дисциплина «Основы управления проектами» входит в обязательную часть учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 «Медиакоммуникации», направленность «Медиакоммуникации в цифровой среде».

Дисциплина реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой Медиакоммуникаций.

Содержание дисциплины включает материалы об основах управления проектами в медиасфере.

Цели освоения дисциплины «Основы управления проектами» являются знакомство студентов с сущностью и инструментами проектного менеджмента, позволяющего квалифицированно принимать решения по координированию людей, оборудования, материалов, финансовых средств и графиков для выполнения определенного проекта в заданное время, в пределах бюджета и к удовлетворению заказчика (потребителя) в области медиасферы.

Задачи:

- ознакомление студентов с историей развития методов управления проектами;
- изучение научных, теоретических и методических основ системы управления проектами;
- изучение роли и функций проектного менеджера на различных этапах жизненного цикла проекта;
- знакомство с организационными формами управления проектами и методами их разработки и оптимизации;
- показать возможности использования рекламы и рекламных технологий для профессиональных нужд.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** принципы визуализации информации, представления и защиты проектов; как организовать работу коллектива; принципы разработки и адаптации стратегии работы; методы прогнозирования; правила организации управленческих решений; специфику проведения социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; особенности медиакоммуникационной системы; закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности.

**Уметь:** представлять, в том числе с помощью мультимедийной презентации проекты, в том числе исследовательские, аргументировать свои решения; умеет организовать работу коллектива в соответствии со стандартами; расставлять приоритеты и определять функции членов коллектива в процессе реализации стратегии; взаимодействовать с членами команды; участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом, оценивать новые идеи; принимать управленческие решения в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях различных мнений; нести ответственность за работу коллектива; собирать, верифицировать и интерпретировать информацию; выявлять политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; разрабатывать индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы; формировать положительную тенденцию своей профессиональной деятельности.

**Владеть:** способностью защищать свои проекты любого типа, включая исследовательскую работу, обосновывая достижения целевых показателей; навыками организовать работу коллектива; навыками разработки и адаптации стратегии в зависимости от ситуации; навыками поддержания талантливых участников команды; навыками управления творческим персоналом; навыками и способностями принятия управленческих решений и несет за них ответственность; методами анализа информации и синтеза выводов; методами анализа информации и синтеза выводов; методами

медиаменеджмента; современными средствами формирования эффектов своей профессиональной деятельности.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена первом семестре. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРОЕКТНЫЙ СЕМИНАР»**

Дисциплина «Проектный семинар» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – выработать у студентов умения и навыки разрабатывать и управлять проектной деятельностью.

Задачи дисциплины:

сформулировать понятийный аппарат, необходимый для изучения дисциплины «Проектный семинар»;

обосновать роль и место проектной деятельности в решении коммуникационных задач;

рассмотреть принципы и методы оценки эффективности проектной деятельности.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-2.1. Определяет цели проекта, расставляет приоритеты и правильно использует имеющиеся ресурсы

УК- 2.2. Составляет план действий с учетом возможных потенциальных препятствий, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач

УК-2.3. Решает конкретные задачи проекта на качественном уровне и в намеченные сроки; способен адаптировать работы по проекту с учётом изменившихся обстоятельств

УК-2.4. Применяет и обосновывает соответствующие методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-2.5. Формирует отчетность в установленные сроки в соответствии с установленными требованиями и публично представляет результаты проделанной работы

УК-2.6. Представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу

ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

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

ОПК-7.2. Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами в медиаотрасли.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; формы отчетности; факторы, правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; содержание творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами в медиаотрасли.

Уметь: определять цели проекта, расставлять приоритеты и правильно использовать имеющиеся ресурсы; составлять план действий с учетом возможных потенциальных препятствий, определять ожидаемые результаты решения поставленных задач; решать конкретные задачи проекта на качественном уровне и в намеченные сроки; адаптировать работы по проекту с учётом изменившихся обстоятельств; применять и обосновывать соответствующие методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; формировать отчетность в установленные сроки в соответствии с установленными требованиями и публично представляет результаты проделанной работы; представлять и защищать самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу; определять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы; оценивать корректность творческих приемов при сборе,

обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами в медиаотрасли.

*Владеть:* методами управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; творческими приемами при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами в медиаотрасли.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета во втором и третьем семестрах.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СТОРИТЕЛЛИНГ»**

Дисциплина «Сторителлинг» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины - сформировать представление о сторителлинге как основном инструменте интегрированных коммуникаций и возможностях использования данного инструмента в решении профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретико-методологические основы сторителлинга;
- раскрыть сущность и особенности сторителлинга;
- рассмотреть технологии сторителлинга.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2.1. Понимает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.2. Оценивает эффективность коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.3. Разрабатывает и реализует основные инструменты маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; основы разработки коммуникационных программ и мероприятий; основные инструменты маркетинговых коммуникаций

*Уметь:* выбирать принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; выбирать основные инструменты маркетинговых коммуникаций в целях решения поставленных задач

*Владеть:* методами отбора принципов стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; методиками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий; методиками разработки и реализации инструментов маркетинговых коммуникаций.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ КОНТЕНТ МАРКЕТИНГА»**

Целью дисциплины «Основы контент маркетинга» является:

- формирование способности по анализу и учёту разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия;
- формирование способности анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты различного направления.
- формирование способности оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.

Задачами дисциплины «Основы контент маркетинга» является:

- подготовка обучающихся к профессиональной деятельности;
- ознакомление обучающихся с понятийным аппаратом дисциплины, типами и форматами контента;

- получение знаний о технологиях контент-маркетинга и их возможностей в проектах;
  - приобретение умений по разработке различных видов контента для реализации проекта;
- получение навыков по оценке эффективности проекта;
- овладение инструментами анализа конкурентной среды;
  - изучение интерактивных форматов контента, соответствующей целевой аудитории с позиции контент-маркетинга;
  - знакомство с особенностями бюджетирования контент-маркетинга;
  - закрепление знаний в процессе выполнения практико-ориентированных задач.

В результате освоения дисциплины «Основы контент маркетинга» обучающийся должен:

Знать:

- методы критического анализа, верификации и оценки современных научных достижений в рамках реализации конкретных проектов;
- методы синтеза новой информации;
- содержание контент-маркетинга и его технологий, площадок размещения, типов контента и процессов управления контентом;
- нормы, методы и методики проектирования в различных областях профессиональной деятельности.

Уметь:

- применять методы критического анализа, верификации и оценки современных научных достижений в рамках реализации конкретных проектов;
- осуществлять поиск методов синтеза новой информации;
- разрабатывать предложения по совершенствованию контента для разных сегментов потребителей;
- разрабатывать и экономически обосновывать проекты в профессиональной деятельности.

Владеть:

- методами критического анализа, верификации и оценки современных научных достижений в рамках реализации конкретных проектов;
- осуществлять использование методов синтеза новой информации, для замены предыдущей;
- навыками по разработке имиджевого информационного контента для редакций (каналов) разной специализации;
- методами и инструментами нейтрализации негатива для управления репутацией;
- использовать информационные технологии с целью интеграции новационных элементов проектирования в медиастратегию.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ЛИДЕРСТВО И УПРАВЛЕНИЕ КОМАНДОЙ»**

Дисциплина «Лидерство и управление командой» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – выработать у студентов умения и навыки лидерства и управления командой в целях решения проектных задач.

Задачи дисциплины:

сформулировать понятийный аппарат, необходимый для изучения дисциплины «Лидерство и управление командой»;

обосновать роль и место лидерства и управления командой в процессе решения проектных задач;

изучить элементы коммуникационной стратегии;

рассмотреть принципы и методы оценки эффективности лидерства и управления командой.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

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

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

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

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

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

роль маркетинговых коммуникаций в условиях конкурентного рынка;

место каждого из элементов комплекса маркетинговых коммуникаций и его отличие от других элементов комплекса продвижения;

принципы управления коммуникациями: планирование, организация, оценка их эффективности;

Уметь:

формировать адекватные стратегии и планы коммуникативной политики предприятия;

разрабатывать стратегии управления коммуникациями компании и брендов;

осуществлять эффективное взаимодействие со специализированными маркетинговыми организациями в области рекламы, исследований, консалтинга.

Владеть:

специальной терминологией;

навыками подготовки контента коммуникативных материалов;

системным представлением об организационной, экономической и коммуникативной составляющей процесса интеграции маркетинговых коммуникаций.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ДИСТРИБУЦИЯ И МОНЕТИЗАЦИЯ КОНТЕНТА»**

Дисциплина «Дистрибуция и монетизация контента» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Целями освоения дисциплины «Дистрибуция и монетизация контента» является формирование у магистров цельной картины взаимодействия современных медиа с аудиторией посредством различных каналов дистрибуции, а также получение практических навыков работы с этими каналами и монетизации контента.

Задачи:

– Ознакомить обучающихся с понятийным аппаратом дисциплины.

– Изучить основные каналы дистрибуции контента.

– Овладеть способами монетизации контента.

– Ознакомить обучающихся с платформами для монетизации контента.

– Научить подбирать каналы дистрибуции.

– Ознакомить обучающихся с особенностями продвижения контента в социальных сетях.

– Сформировать навыки бюджетирования дистрибуции контента.

– Научить обучающихся применять полученные знания в процессе теоретической и практической деятельности.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2.6. Представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу;

ПК-1.1. выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения рекламного/ PR-агентства;

ПК-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в медиасфере;

ПК-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта и применяет их на практике;

ПК-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в медиасфере;  
ПК-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;  
ПК-3.2. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны;  
ПК-3.3. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации медиастратегии.  
По дисциплине «Дистрибуция и монетизация контента» предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА МЕДИАИССЛЕДОВАНИЙ»**

Дисциплина «Методология и методика медиаисследований» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Целями освоения дисциплины «Методология и методика медиаисследований» являются: теоретическое и практическое овладение современной методологией исследования функционирования средств массовой информации; глубокое и всестороннее изучение методологии научных исследований в области гуманитарных наук, ее сопряженности с современными отраслями междисциплинарных исследований, открывающих общие и частные закономерности функционирования средств массовой коммуникации и массовой информации.

Задачи дисциплины:

- постижение конкретно-исторического развития научной мысли, формирование научных парадигм, сформировавших важнейшие отрасли современной науки, в том числе и гуманитарной;
- понимание специфики научного подхода к изучению различных сфер деятельности средств массовой коммуникации и массовой информации, выбора методологии исследования функций, предмета, методов формирования содержания массовых информационных потоков для научных исследований и повседневной работы журналиста;
- выработка навыка определения параметров содержания медиатекстов для использования их в научных исследованиях и профессиональной деятельности;
- закрепление представлений о легитимности и корректности использования информационных ресурсов в научной и творческой деятельности.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-6.1. Проявляет способность повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство, строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры, с опорой на методы самоменеджмента и самоорганизации.

ПК-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта и применяет их на практике.

ПК-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в медиасфере.

ПК-5.1. Формулирует концепцию научного исследования.

ПК-5.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта.

**Уметь:** повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство, строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры, с опорой на методы самоменеджмента и самоорганизации; проводить отбор методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта и применять их на практике; формулировать концепцию научного исследования; использовать методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации.

**Владеть:** методами самоменеджмента и самоорганизации; методами и инструментами для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта; алгоритмом разработки концепции научного исследования; методами качественного и количественного анализа информационного поля, методами работы с открытыми данными и большими объемами информации.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.  
Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ И ДИЗАЙН МЫШЛЕНИЯ»**

Дисциплина «Клиентоцентричность и дизайн мышления» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – выработать у студентов умения и навыки лидерства и управления командой в целях решения проектных задач.

Задачи дисциплины:

сформулировать понятийный аппарат, необходимый для изучения дисциплины «Клиентоцентричность и дизайн мышления»;

обосновать роль и место лидерства и управления командой в процессе решения проектных задач;

изучить элементы коммуникационной стратегии;

рассмотреть принципы и методы оценки эффективности лидерства и управления командой.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1.4. Принимает обоснованное решение, определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи

УК-3.1. Демонстрирует способность организовать работу коллектива

УК-3.3. Проявляет способность мобилизовать других на достижение поставленных целей; привлекает и поддерживает талантливых участников команды; демонстрирует заботу о коллективе

УК-3.4. Принимает управленческие решения в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений

УК-5.1. Демонстрирует способность адаптироваться к условиям работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп

УК-5.2. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения поставленных задач и усиления социальной интеграции

УК-5.3. Организует многостороннюю коммуникацию и управляет ею

УК-6.1. Проявляет способность повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство, строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры, с опорой на методы самоменеджмента и самоорганизации

ПК-1.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования

ПК-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в медиасфере

ПК-3.2. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны

ПК-4.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями)

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: практические последствия возможных решений задачи; принципы управления коллективами; основы разработки и реализации стратегий; методы оценки риска; правила принятия управленческих решений в нестандартных ситуациях; психологию коллектива; специфику принятия управленческого решения; психологию многоэтнических и поликонфессиональных групп; психологию общения; психологию саморазвития; специфику внешних и внутренних коммуникаций; специфику проектной работы в медиасфере; содержание понятия «репутационный образ организации/ компании/ персоны»; современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами.

Уметь: принимать обоснованное решение, определять и оценивать практические последствия возможных решений задачи; разрабатывать коммуникационную стратегию; управлять коллективом в процессе ее реализации; мобилизовать других на достижение поставленных целей; привлекать и поддерживать талантливых участников команды; демонстрировать заботу о коллективе; принимать управленческие решения в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений; адаптироваться к условиям работы в

составе многоэтнических и поликонфессиональных групп; организовывать многостороннюю коммуникацию и управлять ею; повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство, строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры, с опорой на методы самоменеджмента и самоорганизации; совершенствовать внешние и внутренние коммуникации; регулировать ход выполнения проектной работы в медиасфере; формулировать репутационный образ организации/ компании/ персоны; отбирать современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами.

Владеть: навыками принятия обоснованного решения, определения и оценки практических последствий возможных решений задачи; навыками планирования и реализации коммуникационных стратегий в условиях неопределенности; навыками управления командами в процессе реализации коммуникационной стратегии; навыками мобилизации других на достижение поставленных целей; привлечения и поддержки талантливых участников команды; демонстрации заботы о коллективе; навыками принятия управленческих решений в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений; навыками адаптации к условиям работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп; навыками взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения поставленных задач и усиления социальной интеграции; навыками повышения своего интеллектуального уровня, квалификации и мастерства, построения траектории личностного и профессионального роста и карьеры, с опорой на методы самоменеджмента и самоорганизации; навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования; навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в медиасфере; навыками формирования репутационного образа организации/ компании/ персоны; навыками использования современных онлайн и офлайн технологий выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## **АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕТОДИКА И ТЕХНОЛОГИИ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ»**

Дисциплина «Методика и технологии научно-исследовательской работы» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой теории и практики общественных связей.

В содержании дисциплины раскрываются цели, задачи, теоретико-методологические основания, методика и технологии научных исследований в области рекламы и связей с общественностью. Дается характеристика социальных и профессиональных потребностей в проведении исследований, рассматривается специфика рынка исследовательских и аналитических услуг. Рассматриваются основные направления и типовые ситуации прикладных исследований, изучаются и практически тестируются различные методы, формы и инструменты прикладных научных исследований. Дисциплина ориентирована на подготовку обучаемых к написанию и защите магистерской квалификационной работы.

Предмет учебного курса – методические и технологические основы прикладных научных исследований.

Цель учебной дисциплины: на основе систематизации знаний об основах прикладных исследований способствовать формированию у обучаемых интеллектуальных и практических навыков для информационно-поисковой, исследовательской и аналитической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи учебной дисциплины:

- 1) раскрыть содержание социальных и профессиональных потребностей в проведении исследований, рассмотреть специфику рынка исследовательских и аналитических услуг;
- 2) охарактеризовать основные направления научных исследований в прикладной сфере;
- 4) сформировать у студентов комплекс компетенций, связанных с применением различных методов, форм и средств прикладных научных исследований;
- 5) содействовать становлению самостоятельной методической позиции в построении и организации прикладных научных исследований.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

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

ПК-5: способен разрабатывать методики выполнения аналитических работ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: организационные и коммуникативные основы построения научно-познавательной деятельности; сущность и содержание информационного поля, методы его исследования; методику научного исследования.

Уметь: на основе анализа проблемы разрабатывать концепцию научного исследования; проводить количественный анализ информационного поля; интерпретировать результаты исследования, составлять практические рекомендации и прогнозировать тенденции медиасферы.

Владеть: первичными методологическими и методическими навыками научно-познавательной деятельности, информационными технологиями поиска исследовательской и библиографической информации; логическими операциями; методикой научного исследования и представления результатов работы.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЗДАНИЕ СЕТЕВЫХ МЕДИАПРОДУКТОВ»**

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Целями освоения дисциплины «Создание сетевых медиапродуктов» является получение необходимого набора навыков и знаний для самостоятельного создания, запуска и продвижения успешных медиапроектов в Интернете

Задачи: - изучить историю возникновения мультимедийного продюсирования как рода деятельности; - исследовать культурные феномены, процессы и практики мультимедийного отражения креативных сфер; - познакомить студентов с методологией их изучения; - научить способам анализа технических заданий; - проанализировать общие и специфические культурные формы мультимедийного продюсирования; - выработать максимально продуктивную модель поведения будущих профессионалов в их повседневной работе, связанной с темой создания производственных креативных с использованием Интернета и других новых медиа

Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:

УК-3.2 Эффективно взаимодействует с членами команды; участвует в обмене информацией, знаниями и опытом; содействует презентации результатов работы команды; соблюдает этические нормы взаимодействия.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;

ПК-5.2. Осуществляет управление медиапроектом: разработка креативной идеи, создание и управление командой, организация продвижения медиапроекта/медиапродукта

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

### **АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ЦИФРОВОЕ ИСКУССТВО»**

Дисциплина «Цифровое искусство» входит в Блок 1. Дисциплины (модули), Часть, формируемую участниками образовательных отношений, Элективные дисциплины (модули) по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации» программы «Инновационный медиаменеджмент и медиапродюсирование» очной формы обучения. Дисциплина реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: развитие у обучающихся перспективного понимания сущности цифрового искусства и его места в структуре креативных индустрий.

Задачи дисциплины:

- сформировать знания относительно истории, теории и практики цифрового искусства;
- изучить специфику цифрового искусства в контексте креативных индустрий;
- закрепить навыки диагностики и разработки форм цифрового искусства на прикладном уровне.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРОДВИЖЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ПРОЕКТОВ»**

Дисциплина «Продвижение цифровых проектов» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – направлена на получение результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы, изучение инструментов цифрового маркетинга в продвижении проекта.

Задачи дисциплины:

формирование у студентов навыков использования современного инструментария при работе с интернет-медиа, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга;

формирование знаний основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности

стимулирование творческого подхода к работе в области продвижения проекта в интернете.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

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

ПК-1. Способен осуществлять руководство производственным отделом

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- специфику разработки стратегии работы коллектива, функции участников;
- специфику межкультурной коммуникации;
- ход выполнения проектной работы в медиасфере;
- особенности внешних и внутренних коммуникаций и мероприятий в целях решения задач медиапродюсирования.

Уметь:

- расставлять приоритеты;
- гибко изменять стратегию работы в зависимости от ситуации;
- мобилизовать других на достижение поставленных целей;
- привлекать и поддерживать талантливых участников команды;
- демонстрировать заботу о коллективе;
- нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива
- организовывать многостороннюю коммуникацию
- организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования

Владеть:

- алгоритмом принятия управленческих решений в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений;
- методами управления межкультурной коммуникацией
- методами контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в медиасфере

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «НЕЙРОСЕТИ ДЛЯ ТВОРЧЕСКИХ ЗАДАЧ»**

Дисциплина «Нейросети для творческих задач» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – является формирование у обучающихся теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с созданием аудио и видеоконтента. Она заключается в формировании у обучающихся теоретических знаний и практических навыков, связанных с созданием, реализацией и монетизацией видео и аудио-контента.

Задачи дисциплины:

Изучение всех аспектов создания, реализации и монетизации видео и аудио-контента для интернет платформ. Это включает в себя понимание технических особенностей различных платформ, таких как YouTube, TikTok, и другие.

Освоение методов и инструментов для создания видео и аудио-контента. Студенты должны изучить принципы съемки, монтажа, обработки и публикации видео и аудио материалов, включая использование цифровых программных средств для обработки видеоматериала.

Развитие навыков взаимодействия и обратной связи с аудиторией. Это предполагает понимание целевой аудитории, ее потребностей и предпочтений, а также умение создавать контент, который будет интересен и полезен зрителям.

Изучение возможных способов и инструментов монетизации видео и аудио-контента. Студенты должны знать, как использовать различные бизнес-модели для заработка на созданном контенте.

Анализ рынка и целевой аудитории. Это включает в себя определение формата видео, исходя из целевой аудитории и технических особенностей платформ, на которых будет размещен контент.

Применение маркетинговых инструментов для продвижения видео и аудио-контента. Студенты должны уметь использовать маркетинговые стратегии для привлечения и удержания аудитории.

Формирование умений по развитию собственного бренда. Это предполагает создание уникального стиля и бренда, который будет отличать студента от других создателей контента.

Практическое освоение методов размещения и представления медиапроектов на соответствующих платформах. Студенты должны уметь эффективно публиковать и продвигать свой контент на различных интернет-платформах.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

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

ПК-1. Способен осуществлять руководство производственным отделом

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

-специфику разработки стратегии работы коллектива, функции участников;

-специфику межкультурной коммуникации;

-ход выполнения проектной работы в медиасфере;

-особенности внешних и внутренних коммуникаций и мероприятий в целях решения задач медиапродюсирования

Уметь:

-расставлять приоритеты; гибко изменять стратегию работы в зависимости от ситуации;

-мобилизовать других на достижение поставленных целей;

-привлекать и поддерживать талантливых участников команды;

-демонстрировать заботу о коллективе; нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива;

-организовывать многостороннюю коммуникацию; организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования

Владеть:

-алгоритмом принятия управленческих решений в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений;

-методами управления межкультурной коммуникацией;

-методами контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в медиасфере.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

### **АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ФЕСТИВАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

Дисциплина «Фестивальный менеджмент» входит в Блок 1. Дисциплины (модули), Часть, формируемую участниками образовательных отношений, Элективные дисциплины (модули) по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации» программы «Инновационный медиаменеджмент и медиапродюсирование» очной формы обучения. Дисциплина реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: развитие у обучающихся перспективного понимания сущности фестивального менеджмента и его места в структуре креативных индустрий.

Задачи дисциплины:

- сформировать знания относительно истории, теории и практики фестивального менеджмента;

- изучить специфику фестивального менеджмента в контексте креативных индустрий;

- закрепить навыки диагностики и разработки практик фестивального менеджмента на прикладном уровне.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ГЕЙМДИЗАЙН»**

Дисциплина «Геймдизайн» позволит обучающемуся:

- оценивать качество проекта и реализации графического интерфейса Web-приложения;

- оценивать качество разработанных алгоритмов для последующего кодирования;

- оценивать выбор программных средств для программирования и манипулирования данными в соответствии установленными требованиями;

- изучить принципы создания концепт-арта компьютерной игры;

- выбирать и устанавливать платформу для разработки VR-приложения;

- создавать геймплей для игры и проверить его жизнеспособность на прототипе;

- научиться разрабатывать техническое задание для программных продуктов согласно действующим стандартам.

- научиться разрабатывать типовой персонаж для виртуальной реальности в Unity;

- понимать типологию и ключевые концепции эффектов в геймсфере.

Целью дисциплины «Геймдизайн» является ознакомление магистрантов с технологиями проектирования и разработки компьютерных игр в контексте использования VR-технологий.

Задачами дисциплины «Геймдизайн» является:

- подготовка обучающихся к профессиональной деятельности;

- ознакомление обучающихся с понятийным аппаратом дисциплины, типами и форматами контента;

- изучение различий в целях, методах, подходах при разработке программных приложений и компьютерных игр;

- изучения феномена онлайн игр: от концепции до релиза;

- изучение платформ для разработки VR-проектов Unity, Kotlin, Swift;

- формирование навыков создания «экологических» игровых приложений, использующих технологии VR.

В результате освоения дисциплины «Геймдизайн» обучающийся должен:

Знать:

- методы критического анализа, верификации и оценки современных научных достижений в рамках реализации конкретных игровых проектов;

- методы синтеза новой информации;

- нормы, методы и методики проектирования в различных областях профессиональной деятельности.

Уметь:

- применять методы критического анализа, верификации и оценки современных научных достижений в рамках реализации конкретных игровых проектов;

- осуществлять поиск методов синтеза новой информации;

- разрабатывать техническое задание для программных продуктов согласно действующим стандартам;

- оценивать выбор программных средств для программирования и манипулирования данными в соответствии установленными требованиями;

- оценивать качество разработанных алгоритмов для последующего кодирования;

- оценивать качество проекта и реализации графического интерфейса Web-приложения.

Владеть:

- использовать информационные технологии с целью интеграции новационных элементов проектирования в медиастратегию;

- методами синтеза новой информации, для замены предыдущей;

- методами критического анализа, верификации и оценки современных научных достижений в рамках реализации конкретных игровых проектов.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЗДАНИЕ АУДИО И ВИДЕОКОНТЕНТА»**

Дисциплина «Создание аудио и видеоконтента» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – является формирование у обучающихся теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с созданием аудио и видеоконтента. Она заключается в формировании у обучающихся теоретических знаний и практических навыков, связанных с созданием, реализацией и монетизацией видео и аудио-контента.

Задачи дисциплины:

Изучение всех аспектов создания, реализации и монетизации видео и аудио-контента для интернет платформ. Это включает в себя понимание технических особенностей различных платформ, таких как YouTube, TikTok, и другие.

Освоение методов и инструментов для создания видео и аудио-контента. Студенты должны изучить принципы съемки, монтажа, обработки и публикации видео и аудио материалов, включая использование цифровых программных средств для обработки видеоматериала.

Развитие навыков взаимодействия и обратной связи с аудиторией. Это предполагает понимание целевой аудитории, ее потребностей и предпочтений, а также умение создавать контент, который будет интересен и полезен зрителям.

Изучение возможных способов и инструментов монетизации видео и аудио-контента. Студенты должны знать, как использовать различные бизнес-модели для заработка на созданном контенте.

Анализ рынка и целевой аудитории. Это включает в себя определение формата видео, исходя из целевой аудитории и технических особенностей платформ, на которых будет размещен контент.

Применение маркетинговых инструментов для продвижения видео и аудио-контента. Студенты должны уметь использовать маркетинговые стратегии для привлечения и удержания аудитории.

Формирование умений по развитию собственного бренда. Это предполагает создание уникального стиля и бренда, который будет отличать студента от других создателей контента.

Практическое освоение методов размещения и представления медиапроектов на соответствующих платформах. Студенты должны уметь эффективно публиковать и продвигать свой контент на различных интернет-платформах.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

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

ПК-1. Способен осуществлять руководство производственным отделом

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

-специфику разработки стратегии работы коллектива, функции участников;

-специфику межкультурной коммуникации;

-ход выполнения проектной работы в медиасфере;

-особенности внешних и внутренних коммуникаций и мероприятий в целях решения задач медиапродюсирования

Уметь:

-расставлять приоритеты; гибко изменять стратегию работы в зависимости от ситуации;

-мобилизовать других на достижение поставленных целей;

-привлекать и поддерживать талантливых участников команды;

-демонстрировать заботу о коллективе; нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива;

-организовывать многостороннюю коммуникацию; организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования

Владеть:

-алгоритмом принятия управленческих решений в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений;

-методами управления межкультурной коммуникацией;

-методами контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в медиасфере.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРОДАКТ-МЕНЕДЖМЕНТ ПРОДВИНУТЫЙ»**

Дисциплина реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель освоения дисциплины: Формирование компетенций, необходимых для успешной карьеры на позиции продакт-менеджера.

Задачи дисциплины:

1. Развить предпринимательскую ориентацию студентов и способность принимать и реализовывать маркетинговые решения в области развития бизнеса;

2. Раскрыть фундаментальные и прикладные аспекты и сформировать понимание основных аспектов разработки, тестирования и выведения на рынок новых продуктов и услуг.

3. Научить выбирать правильную конфигурацию продукта на основе ценности (голос клиента), стоимости, времени выхода на рынок и рисков.

4. Сформировать практические навыки выбора, планирования, контроля проектов разработки новых продуктов в неопределенной динамической среде, используя инструменты и методы, адекватные ситуации.

5. Научить анализировать рынок и продукты конкурентов, формулировать гипотезы и строить карты пути пользователей.

В результате освоения учебной дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- способы решения вопросов бюджетирования в процессе разработки продукта; использовать различные методы прогнозирования продаж для целей финансового плана; умеет распределять ресурсы на основных этапах разработки продукта;
- основные роли в кросс-функциональных командах, организованных для разработки продукта и управления им; использовать гибкие методы для распределения задач среди членов команды.
- классификации продуктов и их значение в маркетинговой деятельности фирмы;
- характеристики уровней продукта, показатели оценки конкурентоспособности продукта, пути ее повышения; сущность процесса позиционирования и основные стратегии позиционирования, теорию ЖЦТ; содержание и технологии процесса разработки нового продукта; функции упаковки и составляющие дизайна продукции; стратегии управления товарным ассортиментом и номенклатурой; сущность управления марочной политикой; российское законодательство в области продукта.

Уметь:

- распознавать рыночные возможности и применять знания и навыки управления продуктами для их использования; может оценивать новые идеи;
- представить новые идеи с использованием предпринимательского подхода;
- использовать передовые инструменты маркетинговых исследований для инноваций; знать, как выбрать методы маркетинговых исследований для различных типов продуктов;
- проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений в рамках разработки и вывода продукта на рынок;
- разрабатывать мультиатрибутивную модель продукта;
- оценивать в конкретной ситуации факторы, влияющие на качество и стоимость продукта, его конкурентоспособность;
- разрабатывать маркетинговые стратегии позиционирования продукта, в том числе на этапах ЖЦТ;
- рассчитывать эффективность разработки нового продукта;
- разрабатывать стратегии товарного ассортимента, товарной номенклатуры и товарных марок инструментами маркетингового управления для подготовки решений по управлению продуктом и практическими навыками их использования
- демонстрировать способность и готовность применять полученные знания на практике.

Владеть:

- навыками анализа рынка;
- навыками разработки дорожной карты продукта — с учётом бизнес-цели, плановых показателей прибыли и проведённых исследований;
- навыками позиционирования продукта и отстройки от конкурентов;
- навыками выстраивания отношения со стейкхолдерами внутри компании

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-5.3; ПК-1.2; ПК-1.3

УК-3.2 Разрабатывает стратегию работы коллектива, определяет функции участников и расставляет приоритеты; гибко изменяет стратегию работы в зависимости от ситуации

УК-3.3. Проявляет способность мобилизовать других на достижение поставленных целей; привлекает и поддерживает талантливых участников команды; демонстрирует заботу о коллективе

УК-3.4. Принимает управленческие решения в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений

УК-5.3. Организует многостороннюю коммуникацию и управляет ею

ПК-1.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования

ПК-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в медиасфере

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ВИДЫ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТА»**

Дисциплина «Виды и проектирование визуального контента» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины - является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы. Формирование у студента требуемого набора компетенций, соответствующих его направлению подготовки и обеспечивающих его конкурентоспособность на рынке труда.

Задачи дисциплины:

1 Изучение всех аспектов создания и реализации визуального контента:

- Понимание различных форм визуального контента, таких как фотографии, инфографика, типографика, иллюстрации и видеосюжеты.

- Анализ роли визуального контента в современной медиакommunikации, включая его влияние на информационное пространство и взаимодействие с аудиторией.

2 Освоение методов и инструментов для создания визуального контента:

- Изучение принципов дизайна, композиции и обработки визуальных материалов.

- Практическое применение цифровых программных средств для создания и обработки визуального контента, таких как графические редакторы и инструменты для создания инфографики.

3 Развитие навыков взаимодействия и обратной связи с аудиторией:

- Понимание целевой аудитории и ее потребностей в визуальном контенте.

- Создание контента, который будет интересен и полезен зрителям, с учетом культурных и социальных аспектов.

4 Анализ рынка и целевой аудитории:

- Определение формата визуального контента, исходя из целевой аудитории и технических особенностей платформ, на которых будет размещен контент.

- Исследование трендов и тенденций в визуальной коммуникации, включая влияние социальных сетей и интернет-технологий.

5 Применение маркетинговых инструментов для продвижения визуального контента:

- Использование маркетинговых стратегий для привлечения и удержания аудитории, включая создание вербально-визуальных текстов и поликодовых сообщений.

- Понимание роли визуального контента в формировании бренда и его продвижении.

6 Формирование умений по развитию собственного стиля и бренда:

- Создание уникального стиля и бренда, который будет отличать студента от других создателей визуального контента.

- Развитие навыков по созданию индивидуального визуального языка и его применению в различных медиа-проектах.

7 Практическое освоение методов размещения и представления медиапроектов на соответствующих платформах:

- Эффективное публикование и продвижение визуального контента на различных интернет-платформах, включая социальные сети и специализированные сайты.

- Понимание технических особенностей различных платформ и их влияния на представление визуального контента.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

УК-1.1 Демонстрирует знание критериев отбора современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для осуществления профессиональной деятельности.

УК-1.3 Использует в практике медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

УК-1.4 Принимает обоснованное решение, определяет и оценивает практические последствия возможных решений задач

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

УК-2.2 Составляет план действий с учетом возможных потенциальных препятствий, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач

ПК-1.4 На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/ предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы

ПК-3 способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи

ПК-3.1 способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Аппа88, [12 сент. 2024 г., 16:56:45]:

Знать: основы теории и методологии проектирования визуальных коммуникаций; принципы концептуального творческого подхода к решению дизайнерской задачи.

Уметь: собрать необходимую информацию, переработать ее и предоставить в образной графической или объемной визуальной форме.

Владеть: способами реализации художественно-дизайнерского замысла в проектной деятельности, способами выбора средств художественной выразительности проекта визуальных коммуникаций.

Знать: методы критического анализа, верификации и оценки современных научных достижений в рамках реализации конкретных игровых проектов.

Уметь: использовать знания информационного законодательства для осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью.

Владеть: навыками под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью с учетом норм информационного законодательства.

Знать: место визуальных коммуникаций в продуктах и практиках креативных индустрий; основные принципы и методы анализа визуальных медиатекстов, технологии создания на их основе идеального конечного результата.

Умеет: анализировать и определять требования к дизайн-проекту визуальных коммуникаций; синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта визуальных коммуникаций.

Владеть: методами изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта визуальных коммуникаций.

Знать: методы критического анализа и оценки современных научных достижений в рамках решения конкретной задачи.

Уметь: применять методы критического анализа и оценки современных научных достижений в рамках решения конкретной задачи.

Владеть: методами критического анализа и оценки современных научных достижений в рамках решения конкретной задачи

Знать: специфику составления плана действий с учетом возможных потенциальных препятствий.

Владеть: методикой определения ожидаемых результатов решения поставленных задач.

Знать: место визуальных коммуникаций в продуктах и практиках креативных индустрий; основные принципы и методы анализа визуальных медиатекстов, технологии создания на их основе идеального конечного результата.

Уметь: собрать необходимую информацию, переработать и предоставить ее в образной графической или объемной визуальной форме

Знать: способы создания продающих текстов, рекламы, направления связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Уметь: создавать тексты любой сложности, налаживать и поддерживать связи с общественностью.

Владеть: навыками написания текстов, проведения PRмероприятий и кампаний, разработки медиапроектов.

Знать: эффективные способы создания позитивного имиджа организации/компании/ персоны.

Уметь: осуществлять руководство проектной деятельностью по формированию репутационного образа организации/компании/ персоны, применять на практике эффективные способы создания позитивного имиджа организации/компании/ персоны.

Владеть: способностью разрабатывать стратегические концепции по формированию репутационного образа организации/компании/ персоны.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

## «ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ МЕДИА»

Дисциплина «Правовые аспекты медиа» входит в обязательную часть учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 «Медиакоммуникации», направленность «Инновационный медиаменеджмент и медиапродюсирование».

Дисциплина реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой Медиакоммуникаций.

Содержание дисциплины включает материалы о правовом регулировании медиа, в целом и о специфике правового регулирования рекламы в РФ. Дается общее представление о правовом регулировании рекламной деятельности, информационной безопасности, ответственности в области нарушения рекламного законодательства.

Концептуальная основа дисциплины заключается в опоре на изучении права (законодательства) в области рекламы.

Цели освоения дисциплины «Правовые аспекты медиа» являются:

- формирование понимания роли права в демократическом обществе;
- получение представление об основах законодательства в области медиа в России и за рубежом;
- обучение применению полученные в ходе курса правовых знаний в творческой работе, защита своих профессиональных прав в интересах свободы выражения мнений, свободы творчества и развития массовой культуры.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- дать четкое представление о рекламе, специфике рекламной деятельности в современной России;
- предоставить систематизированную информацию о правовом регулировании рекламной деятельности как о совокупности норм и как о науке;
- способствовать освоению содержания и смысла правового регулирования в сфере рекламы;
- раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы правовой регламентации;
- показать возможности использования рекламы и рекламных технологий для профессиональных нужд.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

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

ПК-1. Способен осуществлять руководство производственным отделом

ПК-3. Способен осуществлять самостоятельное написание авторских комментариев и других текстов в рамках редакционной политики

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: правовые основы своей будущей профессии, основные положения информационного законодательства, применяемые в области рекламы и связей с общественностью.

Уметь: анализировать положения законодательства и информационного права в целом в сфере рекламного и PR-бизнеса.

Владеть: навыком применения информационного законодательства при реализации профессиональных функций в различных профессиональных ситуациях.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

### АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРАВОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ»

Цель дисциплины – комплексное изучение правовой безопасности в информационном пространстве, в том числе особенностей регламентации различных областей деятельности и юридической защиты в киберпространстве.

Задачи дисциплины:

- получение знаний о правовой безопасности в информационном пространстве, включая особенности регламентации отдельных областей деятельности и специфики мер правовой защиты в киберпространстве.

- формирование умений и навыков, позволяющих реализовывать меры правовой защиты в информационном пространстве.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные этапы развития информационной безопасности; систему законодательства об информационной безопасности и ответственность за его нарушение; систему мер правовой защиты в информационном пространстве в различных областях (сферах) деятельности.

Уметь: применять нормы законодательства для осуществления правовой защиты в информационном пространстве.

Владеть: знаниями законодательства в сфере информационного пространства; знаниями по соблюдению информационной безопасности; специальными навыками правовой защиты в информационном пространстве.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Визуальная культура XX – XXI вв.: подходы и интерпретации»**

Цель дисциплины – комплексное изучение различных видов культурных объектов в разных контекстах и взаимосвязях, анализ информационных ресурсов по тематике исследования, а также свободное овладение методами обработки, анализа и синтеза научной информации.

Задачи:

- изучение визуальных основ и практик 20-21 вв.;
- приобретение навыков анализа и интерпретации визуальной культуры;
- приобретение навыка критического анализа объектов и текстов визуальной культуры от фотографий и кинематографа заканчивая архитектурой и инсталляциями, работе с исследовательской литературой и с источником.

Дисциплина реализуется в формате онлайн-курса на платформе РГГУ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать широту и вариативность исследовательского, методологического инструментария, сформулированного в современном гуманитарном знании и применяемого для анализа различного по характеру современного и актуального визуального материала.

Уметь анализировать визуальные тексты разного типа и жанров, овладев исследовательскими подходами и навыками интерпретаций.

Владеть комплексом идей и концепций, возникших в визуальной культуре XX-XXI вв. в рамках различных художественных течений и практик модерна и постмодерна.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ЭКОНОМИКИ ПОТРЕБЛЕНИЯ»**

Цель дисциплины – знакомство слушателей с основными классификационными подходами в построении моделей поведения потребителей, факторами, влияющими на процесс принятия решений, а также с современными трендами экономики потребления.

Задачи дисциплины:

Изучить механизмы формирования поведения потребителей;

Проанализировать современные тренды экономики потребления;

Освоить методы сбора информации о потребительском поведении;

Дать оценку факторов, влияющих на потребительское поведение;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

— основные методы критического анализа;

— методологию системного подхода;

— содержание основных направлений теории поведенческой экономики;

Уметь:

— выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления;

- осуществлять поиск решений проблемных ситуаций на основе действий, эксперимента и опыта;
- производить анализ явлений и обрабатывать полученные результаты;
- формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам поведенческой экономики

Владеть:

- технологиями выхода из проблемных ситуаций, навыками выработки стратегии действий;
- навыками критического анализа;
- навыками анализа поведения людей.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

Цель дисциплины – формирование знаний, умений и навыков в области социальной предпринимательской и проектной деятельности с ориентиром на реалии Российской Федерации.

Задачи:

- ознакомление с лучшим международным и российским опытом ведения бизнеса в социальной сфере;
- обучение бизнес-планированию, основам проектного управления;
- получение знаний в области правовых и финансовых основ бизнеса и государственных программах поддержки малого и среднего бизнеса и социального предпринимательства.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** основные понятия из области социального предпринимательства и проектного менеджмента; основные подходы к организации проектной деятельности в Российской Федерации и в мире.

**Уметь:** предлагать и разрабатывать концепцию социальных проектов для решения социальной проблемы или уменьшения ее остроты; определять перспективы экономической устойчивости социальных проектов

**Владеть** навыками планирования, разработки и создания социального бизнеса или проекта.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.