

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Основы управления и продвижения в медиакоммуникациях

Наименование ОПОП ВО

42.04.05 Медиакоммуникации. Производство и управление медийными продуктами

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины: развивать компетенции, позволяющие управлять медиабизнесом.

Задачи дисциплины:

- сформировать целостное и системное представление о медиаотрасли;
- изучить основные методы управления в медиакоммуникациях;
- изучить основные методы продвижения в медиакоммуникациях;
- закрепить знания и умения в области управления медиапроектами.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
42.04.05 «Медиакоммуникации» (М-МК)	ОПК-1 : Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.2к : Планирует и организует процесс подготовки востребованных обществом и индустрией медиапроектов и (или) медиапродуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	РД2	Навыки	- управления творческими коллективами, использования инструментов и методик прогнозирования и деловой оценки конъюнктуры медиарынка

	ОПК-4 : Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1к : Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	РД3	Умение	- анализировать глубинные процессы, происходящие в экономике СМИ, основополагающие законы, принципы функционирования рыночной экономики, получают представление о маркетинге и менеджменте в СМИ
		ОПК-4.2к : Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты	РД1	Знание	- основополагающие экономические понятия и принципы функционирования рыночной экономики, представление о менеджменте современных медиаконцернов

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Функции медиабизнеса: контент, продажи, продвижение, распространение.
- 2) Цели и задачи менеджмента в медиакоммуникациях
- 3) Типы планирования – стратегическое, тактическое, оперативное.
- 4) Стратегии продвижения медиапродукта.

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес-тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
42.04.05 Медиакоммуникации	ЗФО	М01.Б	1	5	11	2	8	0	1	0	169	Э

Составители(ль)

Ушанов П.В., доктор филологических наук, профессор, Высшая школа кино и телевидения, Pavel.Ushanov08@vvsu.ru