

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 экономические 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)	Трудоёмкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
42.04.05 Медиакоммуникации	ОФО	М01.Б	1	5	17	4	12	0	1	0	163	Э

Составители(ль)

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