

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Ястребов Олег Александрович
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 01.06.2025 16:18:09
 Уникальный программный ключ:
 ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Наименование дисциплины	Дата-журналистика
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Модуль 1. Дата-журналистика. Базовый курс	Тема 1. Основы дата-журналистики. Основные понятия, история, особенности. Тренды и направления профессии. Понятие дата-проекта
	Тема 2. Навыки дата-журналиста. Сторителлинг
	Тема 3. Навыки дата-журналиста. Датацентричность и пользователь-центричность
	Тема 4. Навыки дата-журналиста. Цифровой инструментарий для работы с данными
	Тема 5. Навыки дата-журналиста. Правовое регулирование работы с данными
	Тема 6. Навыки дата-журналиста. Возможности дата-журналистики для корпоративных задач
	Тема 7. Практические разборы кейсов по анализу данных. Исторические примеры, современные проекты
	Тема 8. Источники данных для дата-журналиста. Проектирование гипотезы для дата-проекта
	Тема 9. Открытые данные. Данные проприетарных систем
	Тема 10. Типы и форматы данных и методы их анализа
	Тема 11. Альтернативные способы получения данных
	Тема 12. Очистка данных
	Тема 13. Визуализация. Роль дизайна/инфографики для дата-журналиста
	Тема 14. Tableau. Дашборды. BI
	Тема 15. Механизмы представления дата-проекта.
	Тема 16. Примеры дата-историй и дата-проектов.
Модуль 2. Итоговое испытание	Тема 1. Видеоконсультации по подготовке к итоговому испытанию
	Тема 2. Итоговое тестирование по дисциплине «Дата-журналистика»

Наименование дисциплины	Медиаизмерения
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Модуль 1. Медиаизмерения. Базовый курс	Тема 1. Введение в тему «Медиаизмерения». Основные понятия
	Тема 2. Введение в тему «Медиаизмерения». Практическое значение медиаизмерений
	Тема 3. Обзор существующих систем анализа международных СМИ. Поисковые системы
	Тема 4. Обзор существующих систем анализа российских СМИ. Крибрум, Медиалогия, Интегрум, Бренд-Аналитикс – методы анализа, инструменты
	Тема 5. Системы мониторинга, парсинга и работы с социальными сетями. Сбор доступной информации. Правовые аспекты
	Тема 6. Системы мониторинга, парсинга и работы с социальными сетями и мессенджерами. Измеряемые показатели и для чего они
	Тема 7. Российский измеритель Медиаскоп. Методы измерения традиционных СМИ
	Тема 8. Российский измеритель Медиаскоп. Методы измерения цифрового пользования («три экрана», потребление «мобильного» контента и т.д.)
	Тема 9. Связь медиа измерений и программирования контента (для ТВ)
	Тема 10. Принципы формирования запроса для медиаисследований. Стратегия медиаисследования
	Тема 11. Принципы формирования запроса для медиаисследований. Источники данных
	Тема 12. Принципы формирования запроса для медиаисследований. Метод анализа
	Тема 13. Принципы формирования запроса для медиаисследований. Отчет по медиаисследованию
	Тема 14. Цифровые решения для исследования аудиторий - Яндекс.Статистика, GoogleTrends и т.д.
	Тема 15. Основные методы измерения репутации в медиа

	Тема 16. Стоимость бренда, как инструмент оценки эффективности внешней коммуникации
	Тема 17. Инструментарий для самостоятельного медиаисследования Системы VI
Модуль 2. Итоговое испытание	Тема 1. Видеоконсультации по подготовке к итоговому испытанию
	Тема 2. Итоговое тестирование по дисциплине «Медиаизмерения»

Наименование дисциплины	Медиаменеджмент
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Модуль 1. Введение в медиаменджмент. Определение, сущности, применяемые технологии	Тема 1. Медиаменеджмент: Базовые понятия курса. СМИ, СМК, Медиа-организация
	Тема 2. Медиаменеджмент: понятия, специфика. Медиасистема в цифровую эпоху
	Тема 3. Медиаменеджмент: понятия, специфика. Контент и его роль для медиаменджера
	Тема 4. Персональный медиаменеджмент. Особенности управления медиа-организацией
	Тема 5. Персональный медиаменеджмент. Оперативный менеджмент и проектный поход в реализации медиапроектов
	Тема 6. Персональный медиаменеджмент. Корпоративная культура медиа-организаций
	Тема 7. Организационные модели и оргструктуры в медиабизнесе. Правовое регулирование
	Тема 8. Организационные модели и оргструктуры в медиабизнесе. Обзор организационных моделей России и мира
	Тема 9. Организационные модели и оргструктуры в медиабизнесе. Особенности организационных моделей для различных типов СМИ – ТВ, Радио, Печать
	Тема 10. Управленческие задачи и решения. Прогнозирование, разработка сценариев, стратегирование
	Тема 11. Управленческие задачи и решения. Управление рисками в медиа-организации
	Тема 12. Управление кадрами в медиакомпании. Стейкхолдеры и их влияние
	Тема 13. Управление кадрами в медиакомпании. Акционеры и менеджмент
Модуль 2. Функционирование медиаорганизации	Тема 1. Проектирование медиа и монетизация СМК. Проектирование нового медиа
	Тема 2. Проектирование медиа и монетизация СМК. Основные модели монетизации деятельности в медиа-организации
	Тема 3. Проектирование медиа и монетизация СМК. Модели монетизации видеоконтента (VOD)
	Тема 4. Проектирование медиа и монетизация СМК. Дистрибуция

	Тема 5. Проектирование медиа и монетизация СМК. Реклама
	Тема 6. Проектирование медиа и монетизация СМК. Медиа-проект как дополнительная возможность
	Тема 7. Бюджетирование и финансовое управление медиа. Финансовое планирование и оценка эффективности
	Тема 8. Бюджетирование и финансовое управление медиа. Как считать бюджет медиаорганизации. Бухгалтерский и управленческий учет
	Тема 9. Бюджетирование и финансовое управление медиа. Маркеры рынка – инфляция, прогноз рекламного рынка, прогноз себестоимости производства и т.д.
	Тема 10. Управление медиаактивами и правами. Что может быть активом для медиа-организации
	Тема 11. Управление медиаактивами и правами. Как повысить стоимость медиа-актива
	Тема 12. Управление медиаактивами и правами. Правовое регулирование авторских и смежных прав. РАО
	Тема 13. Управление медиаактивами и правами. Особенности управления правами в спорте
Модуль 3. Итоговое испытание	Тема 1. Видеоконсультации по подготовке к итоговому испытанию
	Тема 2. Итоговое тестирование по дисциплине «Медиаменджмент»

Наименование дисциплины	Медиаэкономика
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основы медиаэкономики	Тема 1. Ознакомление с основами медиаэкономики: ключевые термины и основные понятия
	Тема 2. Бизнес-планирование и медиапродукт
	Тема 3. Практика бизнес-планирования
Раздел 2. Основы медиаэкономики: позиционирование и корпоративные стратегии	Тема 1. Особенности позиционирования медиабизнеса
	Тема 2. Виды рынков и типология стратегий
	Тема 3. Корпоративные стратегии и медиарынок
Раздел 3. Нематериальные активы медиапредприятия: реклама, PR и бренд	Тема 1. Особенности рекламы в медиабизнесе
	Тема 2. Виды рынков PR- стратегий
	Тема 3. Корпоративный бренд и брендинг на медиарынке
Раздел 4. Формирование бизнес-портфеля медиапредприятия	Тема 1. СБЕ (стратегические бизнес-единицы) и СЗБ (стратегические зоны бизнес) в медиабизнесе
	Тема 2. Матрицы BCG, Дибба-Симкина
	Тема 3. Формирование сбалансированного бизнес-портфеля медиапредприятия
Раздел 5. Ценовой дом и ценовая политика	Тема 1. Ценовой «дом» и его формирование
	Тема 2. Цена и ценообразование в медиаиндустрии, спрос и объем производства
	Тема 3. Ценовой дом и ценовая политика
Раздел 6. Анализ факторов внутренней и внешней среды медиапредприятия (SWOT) и выбор стратегии развития	Тема 1. Анализ факторов внутренней среды медиапредприятия
	Тема 2. Анализ факторов внешней среды медиапредприятия
	Тема 3. SWOT-анализ и выбор стратегии медиабизнеса
Раздел 7. Коммуникационное обеспечение медиапредприятия: СЗБ и СБЕ	Тема 1. Формирование и коммуникационное сопровождение СЗБ медиапредприятия
	Тема 2. Формирование и коммуникационное сопровождение СБУ медиапредприятия
	Тема 3. Выбор коммуникационной стратегии

Раздел 8. Реализация коммуникационных стратегий медиапредприятия: КРІ и стратегическое планирование	Тема 1. Реализация коммуникационных стратегий медиапредприятия: КРІ в стратегиях медиабизнеса
	Тема 2. Стратегическое планирование в маркетинг-менеджменте
	Тема 3. КРІ и стратегическое планирование
Раздел 9. Реализация коммуникационных стратегий: наступательная, оборонительная, фиксирующая стратегии медиапредприятия	Тема 1. Планирование и реализация коммуникационных стратегий: наступательная стратегия
	Тема 2. Планирование и реализация коммуникационных стратегий: оборонительная стратегия
	Тема 3. Планирование и реализация коммуникационных стратегий: фиксирующая стратегия

Наименование дисциплины	Программирование на языке PYTHON
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	12/432
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Установка программного обеспечения	Тема 1. Установка Anaconda Jupyter на Mac OS
	Тема 2. Установка Anaconda Jupyter на Windows
	Тема 3. Первый запуск программы
Раздел 2. Функция print()	Тема 1. Синтаксис
	Тема 2. Параметры
	Тема 3. Примеры использования функции print()
Раздел 3. Переменные и типы данных	Тема 1. Типы переменных
	Тема 2. Типы данных
	Тема 3. Примеры операций с переменными и данными
Раздел 4. Условные операторы	Тема 1. Оператор if
	Тема 2. Оператор if-else
	Тема 3. Оператор if-elif-else
	Тема 4. Вложенные операторы

Наименование дисциплины	Русская реклама: от визуализации до цифровизации
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Социально-экономические предпосылки становления и развития рекламного дела	Тема 1. Эволюция и первые свидетельства рекламы
	Тема 2. Генезис мировой торговли
	Тема 3. Искусство рекламной практики через витрины магазина
Раздел 2. Культурно-исторический анализ рекламной деятельности	Тема 1. Место рекламы в культуре. Совместная жизнь рекламы и СМИ
	Тема 2. «Не бывает плохих культур». Особенности полиактивного культурного поля
Раздел 3. Роль рекламы в различных сферах общественной жизни	Тема 1. Товарный знак как социокультурный элемент рекламной коммуникации
	Тема 2. Миссия современной рекламы в цифровой среде

Наименование дисциплины	Современные медиасистемы
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Российские средства массовой информации: исторический экскурс. Базовые понятия: медиа, информация, масс-медиа, коммуникация	Тема 1. Базовые понятия курса: медиа, информация, масс-медиа, коммуникация
	Тема 2. Российские средства массовой информации: исторический экскурс
Раздел 2. Функциональные особенности традиционных и электронных СМИ	Тема 1. Функциональные особенности печатных СМИ, радио, телевидения
	Тема 2. Функциональные особенности интернет-СМИ, информационных агентств. Медиахолдинги
Раздел 3. Трансформация СМИ: конвергенция СМИ, новые медиа	Тема 1. Трансформация СМИ: конвергенция СМИ, новые медиа
Раздел 4. Возможности радиожурналистики в 21 веке	Тема 1. История радио
	Тема 2. Особенности создания аудиоролика (радиоролика)
Раздел 5. Значение фотографии в современной журналистике	Тема 1. История возникновения фотографии
	Тема 2. Редактирование фотографии и создание слайд-шоу
Раздел 6. Мощь и значимость видео в журналистике	Тема 1. История создания телевидения. Форматы вещания
	Тема 2. Обзор видеоредакторов. Принципы видеосъемки
Раздел 7. Взаимосвязь журналистики и вебдизайна	Тема 1. Взаимосвязь журналистики и вебдизайна

Наименование дисциплины	Современный медиатекст
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основные характеристики современного медиатекста	Тема 1. Медиатекст как базовый предмет медиалингвистики. Проблемы и актуальные процессы развития и изучения медиатекста в теоретическом осмыслении русского и мирового языкознания
	Тема 2. Современный медиатекст: новые вызовы и подходы
	Тема 3. Медиатекст как инструмент формирования медиаграмотности
	Тема 4. Медиатекст в системе медиакоммуникации
	Тема 5. Медиалингвистика как новый тренд в современном языкознании
	Тема 6. Правовые аспекты публичного функционирования современного медиатекста
	Тема 7. Медиатекст в координатах права
	Тема 8. Медиатекст и информационное право
	Тема 9. Медиатекст и информационное право
	Тема 10. Информационная безопасность и медиатекст
Раздел 2. Язык и стиль современного медиатекста	Тема 1. Норма и культура речи. Знаки культуры, авторское и «чужое» слово в современных медиатекстах
	Тема 2. Литературная норма и медиатекст
	Тема 3. Культура речи и медиатекст
	Тема 4. Лингвокультурные особенности медиатекста
	Тема 5. Интертекстуальность медиатекста
	Тема 6. Содержание и форма медиатекста. Образные выразительные средства и риторика журналистской речи
	Тема 7. Медиатекст в новых медиа, гипермедиа и трансмедиа
	Тема 8. Образные средства медиатекста
	Тема 9. Риторика современного медиатекста и интерактивность
	Тема 10. Невербалика и экстравербалика медиатекста
Раздел 3. Языковые и речевые антиномии современной медиастилистики	Тема 1. Принципы КСВ как продолжение системы функциональных стилей русского языка. Цели, задачи и функции

	<p>медиатекста. Жанровая классификация медиатекстов</p> <p>Тема 2. Публицистичность медиатекста</p> <p>Тема 3. Новые жанры медиатекста: конвергентность и гипертекстовость</p> <p>Тема 4. Деструктивность медиатекста</p> <p>Тема 5. Сторителлинг и нарратив медиатекста</p> <p>Тема 6. Речевые аномалии, речевая агрессия и проблемы лингвистической безопасности</p> <p>Тема 7. Речевые аномалии медиатекста</p> <p>Тема 8. Речевая агрессия и медиатекст</p> <p>Тема 9. Речевые стратегии дискредитации в медиатексте</p> <p>Тема 10. Вербальные манипуляции в медиатексте</p>
<p>Раздел 4. Ключевые факторы функционирования современного медиатекста</p>	<p>Тема 1. Медиатекст как бизнес-проект в контексте развития креативных индустрий</p> <p>Тема 2. Информационное общество и медиатекст</p> <p>Тема 3. Медиатекст на цифровых и мобильных платформах</p> <p>Тема 4. Медиатекст и искусственный интеллект</p> <p>Тема 5. Медиатекст в контексте креативных индустрий</p> <p>Тема 6. Медиатекст как объект цифровой медиаметрии и социального маркетинга</p> <p>Тема 7. Медиатекст в фокусе медиаметрии</p> <p>Тема 8. Программы обработки медиатекстов</p> <p>Тема 9. Аудитория и медиатекст</p> <p>Тема 10. Медиатекст как инструмент цифрового маркетинга</p>

Наименование дисциплины	Этика цифровой коммуникации
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Цифровая среда	Тема 1. Определение цифровой среды
	Тема 2. «Интернет-картография»
	Тема 3. Цифровая среда в парадигме технологии
	Тема 4. Гуманистический и технологический аспекты цифровой среды
	Тема 5. Цифровое неравенство в социо-антропологическом аспекте
	Тема 6. Цифровые образовательные среды в РФ: программы и проблемы
Раздел 2. Этика социосетевой коммуникации	Тема 1. Понятие этики
	Тема 2. Этика цифровой среды
	Тема 3. Проблемы охраны цифрового суверенитета личности
Раздел 3. Правовые вопросы цифровой коммуникации	Тема 1. Право и этика
	Тема 2. Перспективы правового развития цифровой среды
	Тема 3. Нормативное регулирование цифровой среды в Российской Федерации
	Тема 4. Права личности и цифровой суверенитет
	Тема 5. Проблема трансграничности цифрового пространства
	Тема 6. Технологии массового цифрового контроля в общественном развитии
Раздел 4. Цифровая копия пользователя	Тема 1. Понятия искусственного интеллекта и цифровой личности
	Тема 2. Цифровое будущее в настоящем
	Тема 3. Этико-философские проблемы проектирования цифрового общества
Раздел 5. Цифровая цензура	Тема 1. Интернет и абсолютная свобода
	Тема 2. "Национальные интернеты": ограничения в различных странах мира
	Тема 3. Цензурный активизм: диктатура меньшинства против прав большинства
	Тема 4. Россия: инициативы трансформации глобальных принципов регулирования цифровой среды
Раздел 6. Неэтичные приемы цифровой коммуникации	Тема 1. Спекуляция на когнитивных искажениях
	Тема 2. Манипулятивные приемы пользовательского дизайна
	Тема 3. Интернет и другие. Структура цифрового пространства

	Тема 4. Киберсталкинг как запретная категория сетевой деятельности
Раздел 7. Интерактивное занятие «Возможно ли установление глобальных этических принципов цифровой коммуникации?»	Тема 1. Самоорганизация цифровых сообществ
	Тема 2. Совпадут ли мораль и право в цифровом обществе?
	Тема 3. «Четвертый Рим» на месте «Нового Вавилона»: упорядоченность вместо естественного развития