Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина» Филологический факультет Кафедра русской словесности и межкультурной коммуникации

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Спецпрактикум «Разработка и продвижение медиапродукта»

Направление подготовки: 42.04.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль): «Медиакоммуникации в профессиональной сфере»

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения спецпрактикума «Разработка и продвижение медиапродукта» является формирование системы теоретических и практических знаний о специфике разработки рекламного, медиа- и PR-продуктов и технологиях их продвижения на медиарынке.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации дисциплина «Спецпрактикум "Разработка и продвижение медиапродукта"» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.03).

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код и наименование	Код и наименование	Результаты обучения по дисциплине		
компетенции	индикатора достижения компетенции (ИДК)	Знать	Уметь	Владеть
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Понимает имеющиеся проектные ограничения, планирует работы с учетом доступных ресурсов и определяет необходимые пути достижения поставленной цели с учетом анализа альтернативных вариантов УК-2.2 Управляет проектом на всех этапах жизненного цикла	- структуру медиарынка; - возможности конвергентных массмедиа; - типологию медиаконтента; - жизненный цикл медиапроектов; - принципы командной работы	- формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения; - планировать командную работу; - эффективно общаться с коллегами, заказчиками и клиентами, способность работать в команде и решать возникающие проблемы.	- технологиями сбора, обработки и распространения информации в массмедиа; - принципами создания медиапроектов с продуктами разных форматов и медиажанров; - основами планирования в проектной деятельности

УК-6 Способен	УК-6.1 Адекватно	методы самооценки и	оценивать	технологиями
определять и	определяет сферы и	определения	собственную	планирования и
реализовывать	области саморазвития,	приоритетов	деятельность по	реализации
приоритеты	образовательные	собственной	разработке и	необходимых видов
собственной	перспективы	деятельности;	продвижению	деятельности,
деятельности и способы	УК-6.2 Определяет	способы анализа	медиапродукта;	самооценки и
ее совершенствования	приоритеты	эффективности	определять	самоконтроля;
на основе самооценки	собственной	разработки и	приоритетные	навыками выявления
	деятельности и способы	продвижения	направления	недостатков в
	ее совершенствования	медиапродукта.	совершенствования	профессиональной
	на основе самооценки		профессиональных	подготовке и
			навыков на основе	определения путей их
			самооценки	устранения
ПК-2 Способен	ПК-2.1	принципы разработки	формулировать цели,	навыками разработки
разрабатывать,	Разрабатывает	концепции и структуры	задачи и концепцию	структуры, контент-
планировать и	концепцию, структуру и	медиапроекта;	медиапроекта;	плана медиапроекта;
реализовывать	условия реализации	методы анализа целевой	анализировать	методами
медиапроекты и	медиапроектов и	аудитории и ее	целевую аудиторию и	продвижения
создавать	медиапродуктов,	предпочтений;	разрабатывать контент	медиапродукта в
медиапродукты, в том	формирует	каналы и способы	в соответствии с ее	социальных сетях и
числе связанные с	организационную	продвижения	предпочтениями;	других каналах
распространением и	структуру	медиапродукта.	подбирать	коммуникации;
популяризацией знаний	медиапроектов		оптимальные каналы	технологиями
в области русского	ПК-2.2 Определяет		продвижения	создания и
языка и русской	способы продвижения		медиапродукта.	продвижения
культуры	медиапродуктов			медиаконтента для
3 31				целевой аудитории.
				3

4. Трудоемкость дисциплины

4. грудоемкость дисциплины				
Вид учебной работы	очная форма обучения			
	3 семестр			
Общая трудоемкость по учебному плану (з.е.)	2			
Количество часов по учебному плану (час.)	72			
Контактная работа (всего)	24			
В том числе:				
Лекции				
Практические занятия	24			
Самостоятельная работа (всего)	12			
Форма промежуточной аттестации	36			
экзамен				

5. Содержание дисциплины

Перечень и краткое содержание разделов дисциплины:

1. Разработка медиапродукта.

Определение цели и концепции медиапродукта. Выбор формата и жанра. Разработка структуры и создание контента.

2. Анализ целевой аудитории медиапродукта.

Сегментация целевой аудитории. Анализ потребностей и предпочтений целевой аудитории. Выявление каналов коммуникации с целевой аудиторией.

3. Оформление профиля объекта продвижения в социальных сетях.

Выбор социальных сетей и определение целевой аудитории. Создание и оформление профилей. Разработка контент-стратегии для социальных сетей.

4. Оформление профиля объекта продвижения в социальных медиа.

Выбор платформ для ведения блогов или подкастов. Разработка тематики и определение форматов. Создание аккаунта и наполнение контентом.

5. Подготовка мультиканальной матрицы контента.

Определение каналов продвижения. Создание контент-плана для каждого канала. Координация контента между каналами.

6. Подготовка концепции контент-плана на месяц.

Формулировка целей и задач. Создание тематического календаря. Распределение контента по каналам и датам.

7. Подготовка серии постов для наполнения профиля.

Разработка тем серии постов. Определение оптимального объёма и формата. Подготовка медиаконтента и текстов постов.