

42.04.02 – Журналистика

Магистерская программа "Политическая, экономическая и социальная журналистика"

<p>Б1.О.01 Цифровой маркетинг и медиа</p>	<p>Трудоемкость: 2 ECTS, 18 академических часа. Форма итогового контроля: зачет.</p> <p>Краткое содержание Цель курса - формирование у обучающихся целостного представления в области цифрового маркетинга, что осуществимо путем решения следующих задач:</p> <ul style="list-style-type: none">- изучение маркетинговых функций Интернет-сайтов и характеристика их основных видов;- изучение подходов, методов, алгоритмов и инструментов оценки эффективности маркетинговой деятельности медиа;- получение навыков по выбору оптимальных маркетинговых инструментов и проведение маркетинговых исследований в сети Интернет;- овладение методами количественного и качественного анализа эффективности внедрения инструментов маркетинга- овладение методологией Smm-маркетинга и работы с контентом: его создание и производство с учетом требований и специфики аудитории
<p>Б1.О.04 Современный медиатекст: базовые проблемы повестки дня СМИ</p>	<p>Аннотация</p> <p>Трудоемкость: 3 ECTS, 36 акад. ч. Форма итогового контроля: экзамен</p> <p>Краткое содержание</p> <p>Дисциплина «Современный медиатекст: базовые проблемы повестки дня СМИ» – одна из базовых в практической части обучения магистрантов. Курс можно также охарактеризовать как один из базовых для подготовки магистерской диссертации, так как он позволяет ознакомиться с текущей тематикой и проблематикой средств массовой информации, сформировать аналитический подход к осмыслению масштабных проблем современности и деятельности медиа.</p> <p>Цель освоения дисциплины – дать ориентацию в</p>

	<p>глобальных проблемах современности и в актуальных проблемах информационного общества, способствовать пониманию их сущности и причин возникновения; сформировать представление о том, какую роль играет журналистика и СМИ в отражении актуальных проблем современности, в том числе геополитических; научить анализировать в данном аспекте практику СМИ, уровень и качество публикаций; подготовить магистрантов к компетентному и профессиональному освещению острых проблем и противоречий современного общества.</p> <p>Курс представляет собой также ознакомление с основными характеристиками информационной среды и медийными процессами, новейшими тенденциями в блогосфере, базовыми проблемами и понятиями гражданской и сетевой журналистики, существующими вызовами и угрозами.</p> <p>Взаимосвязь с другими дисциплинами специальности:</p> <p>курс «Современный медиатекст: базовые проблемы повестки дня СМИ» органически связан со многими дисциплинами бакалавриата. Этот курс обобщает имеющиеся знания студентов, помогает им анализировать существующие мировые, глобальные, региональные проблемы, и на основе этого анализа, проводить собственное журналистское исследование.</p> <p>Требования к исходным уровням знаний и умений магистрантов:</p> <p>базовые знания по основам теорий журналистики и коммуникаций, философии, социологии, навыки по системному анализу медиапроцессов, жанровой, логической и риторической структуры медиатекста, способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества.</p>
<p>Б1.О.07 Этико-правовые отношения в СМИ</p>	<p>Трудоемкость: 2 ECTS, 36 <i>акад. ч.</i> Форма итогового контроля: зачет. Краткое содержание Дисциплина «Этико-правовые отношения в СМИ» ставит целью изучение взаимоотношений объекта и субъекта современных средств массовой информации, двойственности понятия свободы слова</p>

	<p>с этической и правовой точки зрения, а также в плане социальной ответственности журналиста, Курс также ставит целью развивать у слушателей способность к самостоятельной профессионально-нравственной ориентации, умение сочетать социальную ответственность, морально-этические нормы и правовые нормы с профессиональными требованиями к созданию журналистского продукта. В частности, курс предусматривает выполнение следующих задач: обеспечить систему знаний о природе профессиональной морали, характере профессионально-нравственных отношений в журналистике, их роли в профессиональной деятельности; познакомить с основными этапами и тенденциями в развитии профессиональной этики; раскрыть содержание основных профессионально-этических представлений, рассматриваемых мировым журналистским сообществом как стандарты профессионального поведения, ориентация на которые обеспечивает оптимальное взаимодействие журналистики и общества; обеспечить изучение основных законодательных норм в сфере информации.</p> <p>Взаимосвязь с другими дисциплинами специальности:</p> <p>курс «Этико-правовые отношения в СМИ» органически связан с некоторыми дисциплинами бакалавриата. В частности, данный курс тесно взаимосвязан с такими дисциплинами специальности «Журналистика», как «Правовые основы журналистики», «Социология журналистики», «Психология и профессиональная этика в журналистике», «Психология журналистики», «Социальная журналистика», «Гражданская и деловая журналистика», «Расследовательская журналистика».</p> <p>Требования к исходным уровням знаний и умений студентов:</p> <p>базовые знания по основам теорий журналистики и коммуникаций, правоведения, философии, социологии, психологии и этики, навыки по системному анализу медиапроцессов, способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества.</p>
Б1.О.09	Трудоемкость: 3 ECTS, 36 <i>акад. ч.</i>

**Политический PR в СМИ и
электоральный процесс**

Форма итогового контроля: экзамен

Краткое содержание

Курс «Политический PR в СМИ и электоральный процесс» включает в себя лекционные и практические занятия, ставящие целью ознакомить магистрантов с основами политического пиара, предпосылками возникновения и развития политического PR в различных странах, основными трудами исследователей в данной сфере и других общественных наук, которые имели преимущественное влияние на развития теоретико-методологических основ связей с общественностью, изучить специфику политической коммуникации и СМИ. В рамках практических занятий предполагается проведение перекрестного опроса, просмотра художественных и документальных фильмов по соотносящейся тематике, обсуждения интересных и поучительных примеров применения тех или иных стратегических и тактических информационных и управленческих решений в заданных ситуациях, проведение интерактивных игр, изучение как местных, так и международных политических PR-кампаний, подготовку политического пиар-проекта.

**Взаимосвязь с другими дисциплинами
специальности:**

курс органически связан с рядом дисциплин бакалавриата. В частности, данный курс тесно взаимосвязан с такими дисциплинами специальности «Журналистика», как «Основы теории коммуникации», «Основы рекламы и PR в СМИ», «Проблемы современности и повестки дня СМИ», «Политическая журналистика», «Политическая и экономическая аналитика в СМИ», «Геополитика и медиапроцессы», «Социальная журналистика», «Регионоведение и медиасфера Армении», «Военно-социальная журналистика в эпоху информационных войн», «Журналистика в эпоху информационных технологий»,

**Требования к исходным уровням знаний и умений
магистрантов:**

базовые знания по основам теорий журналистики и

	<p>коммуникаций, философии, социологии, навыки по системному анализу медиапроцессов, политических развитий, способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества.</p>
<p>Б1.В.03 Бизнес-модели медиа и их роль в развитии экономики</p>	<p>Трудоемкость: 4 ECTS, 36 акад. ч. Форма итогового контроля: зачет.</p> <p>Краткое содержание</p> <p>Дисциплина «Бизнес-модели медиа и их роль в экономическом развитии» ставит целью формирование у магистрантов общих представлений о принципах экономического функционирования СМИ, медиасфере как специфической области предпринимательства, основных бизнес-моделях в медийной области, современном экономическом состоянии медиаиндустрии в России, Армении и за рубежом, ключевых законах медиаэкономики, экономических особенностях различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ), основных видах медиапредприятий и моделях их развития, специфических особенностях медиаменеджмента. В целом курс также должен сформировать представление о медиапредприятии, об источниках финансирования СМИ, о роли медиа в экономическом развитии государств.</p> <p>Взаимосвязь с другими дисциплинами специальности:</p> <p>курс «Бизнес-модели медиа и их роль в экономическом развитии» тесно взаимосвязан с такими дисциплинами специальности «Журналистика», как «Медиаэкономика», «Экономика», «Политическая экономика», «Экономика и менеджмент в СМИ», «Политическая и экономическая аналитика в СМИ», «Информационное сопровождение финансовых рынков», «Бизнес-модели медиа и их роль в развитии экономики» и др.</p> <p>Требования к исходным уровням знаний и умений магистрантов:</p>

	<p>базовые знания по основам экономики, философии, социологии, менеджмента, навыки по системному анализу медиапроцессов, способность понимать сущность и значение медиа в развитии современного информационного общества, государства и рыночной экономики.</p>
<p>Б1.В.07 Экономические процессы и СМИ на постсоветском пространстве</p>	<p>Аннотация Трудоемкость: 4 ECTS, 36 академических часа. Форма итогового контроля: экзамен Краткое содержание Дисциплина «Экономические процессы и СМИ на постсоветском пространстве» ставит целью формирование у магистрантов представления о специфике функционирования СМИ на постсоветском пространстве с учетом особенностей экономики переходного периода и дать четкие навыки по анализу экономических процессов, информации в сфере бизнеса. Курс имеет ярко выраженную практическую направленность и должен дать обучающимся четкое представление по следующим блокам вопросов: деловое сообщество стран постсоветского пространства; особенности поиска и сбора деловой и экономической информации в странах бывшего СССР; особенности работы с ньюсмейкерами в деловой прессе постсоветского пространства; специфика и каналы деловой информации в бывшем соцлагере; рынок деловых СМИ постсоветского пространства; особенности работы медиахолдингов на постсоветском пространстве, в том числе российского агентства деловой информации РБК, СМИ, входящие в холдинг РБК; работа с экономическими терминами; профессиональная лексика бизнес-изданий; структура издательского холдинга или крупного медиа-холдинга (на примерах известных компаний постсоветского пространства); принципы и стандарты работы с данными (факты, цифры, статистика) в деловой журналистике; налаживание контактов и связей в деловой журналистике постсоветского пространства; особенности информационной разведки на территории постсоветского пространства.</p> <p>Взаимосвязь с другими дисциплинами</p>

	<p>специальности: Курс «Экономические процессы и СМИ на постсоветском пространстве» тесно взаимосвязан с такими дисциплинами специальности «Журналистика», как Медиаэкономика», «Экономика», «Политическая экономика», «Экономика и менеджмент в СМИ», «Политическая и экономическая аналитика в СМИ», «Информационное сопровождение финансовых рынков», «Бизнес-модели медиа и их роль в развитии экономики» и др.</p> <p>Требования к исходным уровням знаний и умений магистрантов: базовые знания по основам теорий журналистики и коммуникаций, экономике, философии, социологии, политологии, навыки по системному анализу медиапроцессов, способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества.</p>
<p>Б1.В.ДВ.01.01 Информационное сопровождение финансовых рынков</p>	<p>Аннотация Трудоемкость: 3 ECTS, 18 <i>акад. ч.</i> Форма итогового контроля: зачет.</p> <p>Краткое содержание</p> <p>Дисциплина «Информационное сопровождение финансовых рынков» ставит целью формирование у магистрантов общих представлений о принципах освещения деятельности финансовых рынков, умение обращаться с данными финансовых рынков и сопровождающей экономической информацией медиасфере, приобщение к терминологии и правилам построения финансовой аналитики. В целом курс также должен сформировать представление о медиапредприятии как участнике финансовых рынков, об источниках финансирования СМИ, о роли медиа в экономическом развитии государств.</p> <p>Взаимосвязь с другими дисциплинами специальности:</p> <p>курс «Информационное сопровождение финансовых рынков» тесно взаимосвязан с такими дисциплинами специальности «Журналистика», как</p>

«Медиаэкономика», «Бизнес-модели медиа и их роль в экономическом развитии», «Экономика», «Политическая экономика», «Экономика и менеджмент в СМИ», «Политическая и экономическая аналитика в СМИ», «Бизнес-модели медиа и их роль в развитии экономики» и др.

Требования к исходным уровням знаний и умений магистрантов:

базовые знания по основам экономики, философии, социологии, менеджмента, навыки по системному анализу медиапроцессов, способность понимать сущность и значение медиа в развитии современного информационного общества, государства и рыночной экономики.