

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 17:19:53
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Практикум по стратегии продвижения и презентации медиапроекта

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Телевизионные технологии и производство медиапроектов
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	очная

Учебная дисциплина «Практикум по стратегии продвижения и презентации медиапроекта» изучается в восьмом семестре.

Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрены.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

1.2 Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Практикум по стратегии продвижения и презентации медиапроекта» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

1.3 Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целями освоения дисциплины «Практикум по стратегии продвижения и презентации медиапроекта» является:

- освоение навыка разработки и презентации стратегии медиапроектов в соответствии с брифом заказчика;
- знакомство с понятием брифа (технического задания) и его основных компонентов;
- осваивание студентами форм и практических приемов адаптации брифа к проектной деятельности в сфере коммуникации;
- формирование представления о понятиях маркетинговой, коммуникационной и медиастратегии;
- овладение навыками презентационной работы над отдельными этапами медиапроекта;
- формирование у обучающихся компетенции(-й), установленной(-ых) образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине/модулю.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенции(й) и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-2 Способен осуществлять деятельность по планированию нового медиапродукта в	ИД-ПК-2.2 Разработка плана финансовых затрат, оценка возможных рисков при создании медиапродукта, привлечение

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
соответствии с технологическими требованиями массмедиа	инвесторов и поиск средств дополнительного финансирования
ПК-5 Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	ИД-ПК-5.1 Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ
	ИД-ПК-5.2 Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции на основе социологических исследований, проведенных специализированными организациями
	ИД-ПК-5.3 Анализ эффективности продвижения разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	128	час.
---------------------------	---	------	-----	------