



**СОЮЗ «НЭО»**

Союз экспертов в сфере подготовки кадров  
и их интеграции в науку, образование  
и реальный сектор экономики

**СОЮЗ ЭКСПЕРТОВ В СФЕРЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ И  
ИХ ИНТЕГРАЦИИ В НАУКУ, ОБРАЗОВАНИЕ И  
РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ**

**Академия Союза «НЭО»**

**Кафедра Маркетинга и  
медиакоммуникаций**

**УТВЕРЖДАЮ**

Генеральный директор  
Союза «НЭО»



М.Ю. Капустин

\_\_\_\_\_ мая \_\_\_\_\_ 2025 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
(программа повышения квалификации)**

**«Теория и практика медиакоммуникаций и стратегий в сфере PR»**

Москва 2025 г.

## **ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Программа повышения квалификации «Теория и практика медиакоммуникаций и стратегий в сфере PR» составлена в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.07.2013 № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» и федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 527 (ред. от 08.02.2021). Содержание программы соответствует нормам Трудового кодекса Российской Федерации и иных нормативных правовых актов Российской Федерации.

Программа регламентирует цели, планируемые результаты, содержание, условия реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки обучающихся и включает в себя: учебный план, фонды оценочных средств, программу итоговой аттестации, календарный учебный график и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

По итогам курса обучающийся в полной мере овладеет базовыми практическими умениями и теоретическими знаниями в области медиакоммуникаций и PR-стратегий.

Степень освоения программы и оценка уровня сформированности компетенции обучающихся представлена в форме итоговой аттестации по программе повышения квалификации «Теория и практика медиакоммуникаций и стратегий в сфере PR».

## **ЦЕЛЕВАЯ УСТАНОВКА**

**Цель:** совершенствование (или получение новой) компетенции, необходимой для профессиональной деятельности в сфере медиакоммуникаций, включая навыки создания, обработки и распространения медиаконтента в условиях современной цифровой среды.

**Задачами программы являются:**

- 1) Формирование системного представления о теоретико-методологических основах журналистики и медиакоммуникаций, включая способность анализировать медиаконтент различных жанров и форматов;
- 2) Совершенствование практических навыков создания, редактирования и распространения медиаконтента, включая работу с аудиовизуальными медиа и технологиями видеомонтажа;
- 3) Развитие профессиональных компетенций в области стратегического медиапланирования, продвижения контента в различных медиаканалах и разработки эффективных PR-стратегий;
- 4) Формирование навыков проектирования и реализации авторских медиапродуктов с учетом современных тенденций развития медиасреды и потребностей целевой аудитории.

**Категория слушателей:** лица, имеющие или получающие высшее или среднее профессиональное образование.

**Форма обучения:** очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий.

**Трудоёмкость программы:** 72 академических часа по дистанционной форме обучения, в том числе 12 академических часов – контактная работа.

**Срок освоения программы:** 3 недели.

**Режим занятий:** 5 дней в неделю по 4-5 академических часов в день.

### ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения слушатели овладеют системными теоретическими знаниями и сформируют комплекс профессиональных компетенций в сфере медиакоммуникаций и PR-стратегий, что обеспечит глубокое понимание современного медиапространства, основополагающих принципов разработки, анализа и продвижения медиаконтента, а также механизмов выстраивания эффективных коммуникационных стратегий в условиях динамично трансформирующейся информационной среды. Программа ориентирована на усвоение специализированной терминологии, методологических подходов и технологических инструментов создания текстового, аудиовизуального и мультимедийного контента, осуществление критического анализа медиатекстов, управление информационными потоками и организацию медиапроектов с учётом специфики различных медиаплатформ и целевых аудиторий. В ходе обучения слушатели приобретут профессиональные навыки преодоления коммуникативных барьеров, работы в кадре, видеомонтажа, а также разработки и реализации медиапродуктов и PR-кампаний, что позволит им адекватно адаптировать коммуникационные стратегии к актуальным тенденциям медиапотребления. Итогом освоения программы станет формирование новых либо совершенствование имеющихся профессиональных компетенций в области медиакоммуникаций и связей с общественностью.

Формируемые компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по учебной дисциплине
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	<i>Знать:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• методологию поиска, анализа и синтеза информации в медиапространстве;</li> <li>• принципы критической оценки медиаконтента различной направленности;</li> <li>• основы системного подхода при разработке PR-стратегий.</li> </ul>
	<i>Уметь:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществлять эффективный поиск информации для создания медиатекстов;</li> <li>• критически анализировать информационные источники в сфере PR;</li> <li>• синтезировать полученные данные для формирования целостной PR-стратегии.</li> </ul>
	<i>Владеть:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками применения системного подхода при решении профессиональных задач в медиакоммуникациях;</li> <li>• методами критического анализа информационных потоков;</li> <li>• инструментами синтеза разнородной информации для создания эффективных PR-материалов.</li> </ul>
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и	<i>Знать:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• принципы построения эффективной деловой коммуникации в сфере PR;</li> <li>• особенности письменной и устной коммуникации в медиапространстве;</li> <li>• стилистические нормы русского языка для создания медиатекстов.</li> </ul>
	<i>Уметь:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• создавать медиатексты различных жанров с соблюдением языковых норм;</li> </ul>

Формируемые компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по учебной дисциплине
иностранном(ых) языке(ах).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществлять деловую коммуникацию с различными целевыми аудиториями;</li> <li>• адаптировать PR-сообщения для разных коммуникационных каналов.</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками создания профессиональных текстов в сфере медиакommunikаций;</li> <li>• техниками эффективной устной коммуникации в профессиональной среде;</li> <li>• инструментами адаптации PR-контента для различных медиаплатформ.</li> </ul>
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• структурно-композиционные элементы медиатекста;</li> <li>• нормы русского языка для создания качественного медиаконтента;</li> <li>• особенности различных знаковых систем в медиакommunikациях.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• создавать востребованные медиатексты различных жанров;</li> <li>• разрабатывать эффективные PR-материалы в соответствии с языковыми нормами;</li> <li>• использовать различные знаковые системы в создании медиапродуктов.</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками создания медиатекстов и коммуникационных продуктов;</li> <li>• методами разработки медиаконтента с учетом запросов целевой аудитории;</li> <li>• технологиями интеграции различных знаковых систем в медиапродукты.</li> </ul>
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• актуальные тенденции развития общественных и государственных институтов;</li> <li>• принципы освещения деятельности общественных институтов в медиaprостранстве;</li> <li>• особенности взаимодействия PR-структур с государственными институтами.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• анализировать развитие общественных институтов для создания релевантного контента;</li> <li>• разрабатывать PR-стратегии с учетом актуальных общественных тенденций;</li> <li>• адаптировать медиаконтент с учетом специфики государственных институтов.</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками разностороннего освещения деятельности общественных институтов;</li> <li>• методами интеграции актуальных социальных тенденций в PR-стратегии;</li> <li>• технологиями создания медиапродуктов для различных общественных сфер.</li> </ul>
ОПК-4. Способен отвечать на запросы	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• методы исследования запросов и потребностей целевой аудитории;</li> </ul>

Формируемые компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по учебной дисциплине
и потребности общества и аудитории профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>• принципы сегментации аудитории в медиакommunikациях;</li> <li>• технологии адаптации PR-контента под потребности различных групп общества.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• анализировать потребности целевых аудиторий при разработке PR-стратегий;</li> <li>• создавать медиаконтент, отвечающий на актуальные запросы общества;</li> <li>• адаптировать коммуникационные продукты для различных аудиторных сегментов.</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками исследования потребностей аудитории в медиасфере;</li> <li>• методами создания таргетированного контента в PR-коммуникациях;</li> <li>• инструментами оценки эффективности медиаконтента для целевых групп.</li> </ul>
ОПК-6. Способен использовать профессиональной деятельности современные технические средства информационно-коммуникационные технологии.	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• современные технические средства создания медиаконтента;</li> <li>• программное обеспечение для разработки PR-материалов;</li> <li>• информационно-коммуникационные технологии в сфере медиакommunikаций.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• применять современные технические средства для создания медиапродуктов;</li> <li>• использовать специализированное программное обеспечение для видеомонтажа;</li> <li>• интегрировать цифровые технологии в PR-стратегии.</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками работы с техническими средствами создания медиаконтента;</li> <li>• методами применения информационно-коммуникационных технологий в PR;</li> <li>• инструментами цифровой обработки и презентации медиаматериалов.</li> </ul>
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• принципы социальной ответственности в сфере медиакommunikаций;</li> <li>• потенциальные эффекты и последствия распространения PR-контента;</li> <li>• этические нормы профессиональной деятельности в медиасфере.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• прогнозировать последствия распространения медиаконтента;</li> <li>• создавать PR-материалы с учетом принципов социальной ответственности;</li> <li>• анализировать потенциальные риски коммуникационных стратегий.</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками оценки социальных эффектов медиакommunikаций;</li> <li>• методами разработки этически корректных PR-стратегий;</li> <li>• инструментами минимизации негативных последствий медиакommunikаций.</li> </ul>
ПК-1. Способен создавать востребованные	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• жанровую дифференциацию медиаконтента в PR-сфере;</li> <li>• принципы создания эффективных заголовочных комплексов и лидов;</li> </ul>

Формируемые компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по учебной дисциплине
обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с нормами русского языка и особенностями других знаковых систем.	<ul style="list-style-type: none"> <li>особенности фактологической основы PR-текстов.</li> </ul>
	<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>создавать информационные поводы и медиасобытия для PR-кампаний;</li> <li>разрабатывать медиатексты различных жанров для PR-стратегий;</li> <li>адаптировать контент для различных медиаплатформ.</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>навыками проектирования и реализации авторского медиапродукта;</li> <li>методами интеграции вербальных и невербальных элементов в PR-материалы;</li> <li>технологиями создания мультимедийного контента для PR-кампаний.</li> </ul>
ПК-2. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами и стилями.	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>языковые нормы и стандарты в сфере медиакommunikаций;</li> <li>принципы редактирования PR-текстов различных жанров;</li> <li>форматы и стили медиаконтента для различных каналов коммуникации.</li> </ul>
	<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>редактировать PR-материалы в соответствии с языковыми нормами;</li> <li>адаптировать контент для различных форматов и стилей;</li> <li>осуществлять стилистическую обработку медиатекстов.</li> </ul>
	<p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>навыками редакторской работы с PR-текстами;</li> <li>методами стилистической адаптации контента для различных целевых аудиторий;</li> <li>инструментами оценки качества медиатекстов.</li> </ul>

### УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование дисциплин (модулей)	Грудоемкость, ак. час.	Из них занятия				Форма аттестации, трудоемкость, ак. час.
			лекционного типа	семинарского типа	практического типа	консультационного типа	
1.	Теоретико-методологические основы журналистики и медиакommunikаций	6	5		1	0	
2.	Типология и структура медиаконтента в современном информационном пространстве	8	7		1	0	
3.	Профессиональные компетенции в системе медиакommunikаций	10	8		2	0	
4.	Технологии работы в аудиовизуальных медиа	10	8		0	2	
5.	Теоретические и прикладные аспекты видеомонтажа	8	5		2	1	
6.	Практикум по созданию медиаконтента	8	5		2	1	

№ п/п	Наименование дисциплин (модулей)	Трудоёмкость, ак. час.	Из них занятия				Форма аттестации, трудоёмкость, ак. час.
			лекционного типа	семинарского типа	практического типа	консультационно го типа	
7.	Дифференциация новостного и PR-контента	8	6		2	0	
8.	Проектирование авторского медиапродукта	10	6		2	2	
9.	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>4</b>					<b>Зачёт</b>
	<b>ИТОГО</b>	<b>72</b>	<b>50</b>		<b>12</b>	<b>6</b>	<b>4</b>

### КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

№ п/п	Наименование дисциплин (тем)	Количество академических часов по учебным неделям (Н) и дням (Д) Заочное (электронное) обучение / Очное обучение (вебинар)/ консультация			Итого
		Н1/Д1	Н2/Д2	Н3/Д3	
1.	Теоретико-методологические основы журналистики и медиакоммуникаций	5/1/0			6
2.	Типология и структура медиаконтента в современном информационном пространстве	7/1/0			8
3.	Профессиональные компетенции в системе медиакоммуникаций	8/2/0			10
4.	Технологии работы в аудиовизуальных медиа		8/0/2		10
5.	Теоретические и прикладные аспекты видеомонтажа		5/2/1		8
6.	Практикум по созданию медиаконтента		5/2/1		8
7.	Дифференциация новостного и PR-контента			6/2/0	8
8.	Проектирование авторского медиапродукта			6/2/2	10
9.	<b>Итоговая аттестация</b>			4	<b>4</b>
10.	<b>Всего часов</b>	<b>24</b>	<b>26</b>	<b>22</b>	<b>72</b>

## ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Реализация учебной программы осуществляется в полном соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации в области образования, нормативными правовыми актами, регламентирующими данное направление деятельности.

### **Требования к квалификации педагогических кадров, представителей предприятий и организаций, обеспечивающих реализацию образовательного процесса**

Реализация образовательного процесса обеспечивается высококвалифицированным профессорско-преподавательским составом, имеющим высшее образование и отвечающим квалификационным требованиям, указанным в Едином квалификационном справочнике, утвержденном приказом Минздравсоцразвития России от 11.01.2011 № 1н, научными работниками, руководителями и специалистами профильных организаций и предприятий, имеющими опыт практической работы не менее трёх лет в области профессиональной деятельности, соответствующей направленности программы.

### **Требования к материально-техническим условиям**

Для обеспечения проведения всех видов занятий используется электронная информационно-образовательная среда, с размещенным программным обеспечением и контентом в системе дистанционного обучения (далее – СДО) Союза «НЭО». Слушатели самостоятельно обеспечивают себя персональными компьютерами, ноутбуками или другими устройствами для входа в СДО Союза «НЭО». Рекомендуемая скорость подключения для работы всех программных средств составляет не менее 10 МБит/с. Программное обеспечение поддерживает все современные браузеры, выпущенные после 2011 г.

### **Требования к информационным и учебно-методическим условиям**

Для реализации программы используются следующие информационно-коммуникационные ресурсы и программные продукты:

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование информационно-коммуникационных ресурсов, технических средств, программных продуктов</b>	<b>Основные характеристики</b>
1	СДО Союза «НЭО» <a href="https://sdo.unionsee.ru">https://sdo.unionsee.ru</a>	Образовательная платформа СДО Академии Союза «НЭО» разработана на основе системы управления данных и дает возможность идентификации слушателей, авторизованного входа и доступа к учебным материалам, опосредованного консультирования слушателей по учебным вопросам. Год разработки 2024.
2	Видеоконференцсвязь (ВКС) обеспечивается на платформе <u>Яндекс Телемост</u> или аналогичной платформе ВКС	Видеоконференцсвязь (ВКС) обеспечивает проведение очных (контактных) занятий – вебинаров, в том числе лекционного и консультационного типа.
3	Телеграм канал «ДПО Союз «НЭО» <a href="https://t.me/+RqsdUi3RVS42MmRi">https://t.me/+RqsdUi3RVS42MmRi</a>	Телеграм канал «ДПО Союз «НЭО» дает возможность опосредованного консультирования слушателей по учебным вопросам.

## **Общие требования к организации образовательного процесса**

Реализация программы осуществляется по заочной форме, с применением дистанционных образовательных технологий. Для идентификации слушателей перед началом обучения организатору со стороны Заказчика высылаются на электронную почту, уникальная пара логин-пароль для доступа к информационно-образовательной среде в СДО Союза «НЭО» (далее – Учебный портал или Портал). После идентификации по индивидуальным логину и паролю на Портале, слушатель попадает в личный электронный кабинет, в котором ему доступны: учебный план программы ДПО, учебный график, учебные материалы по дисциплинам (контент), итоговый контроль знаний в виде электронных тестов, электронная среда (Телеграм канал «ДПО Союз «НЭО»). Условия по прохождению промежуточных аттестаций (электронных тестов) с перечислением количества задаваемых вопросов, времени, отведенного на прохождение, критериев оценки и прочее, размещены в соответствующих разделах на Портале и могут быть разными для разных дисциплин, ввиду различного числа часов, отведенного на изучение дисциплин и важности их освоения.

Для совершенствования профессиональных компетенций слушатель проходит через этапы освоения учебных материалов, обсуждение изученного с преподавателями через электронную среду Портала и контроль знаний.

Соотношение объёма занятий, проводимых путём непосредственного взаимодействия педагогического работника со слушателем посредством дистанционных образовательных технологий составляет не менее 20% от общего объёма учебной программы. Индивидуальные консультации слушателей с преподавателем проводятся посредством общения через Телеграм канал «ДПО Союз «НЭО», видеозвонки в мобильных приложениях, эл. почту или по телефону. Контактные данные и правила пользования Учебным порталом для связи с преподавателем размещаются на Учебном портале.

Услуга подключения слушателя к используемым при обучении информационно-телекоммуникационным сетям предоставляется в режиме 24 часа в сутки 7 дней в неделю без учета объемов потребляемого трафика, за исключением перерывов для проведения ремонтно-профилактических работ, при обеспечении доступности услуг не менее 99,5% в месяц.

В ходе обучения вне сетки расписаний предусматривается проведение консультаций для слушателей по наиболее сложным вопросам программы.

Промежуточный контроль осуществляется через прохождение слушателями тестирования по темам. Вопросы в тесте 10, на каждый вопрос в зависимости от его сложности дается от 1 до 3 минут.

В зависимости от набранных баллов слушателю выставляется оценка: менее 60% верных ответов – «не зачтено», 60% и более верных ответов – «зачтено».

Обучение завершается итоговой аттестацией. При итоговой аттестации в качестве оценочных материалов используются тестовые задания по дисциплинам. Вопросы в тесте 20-25, на каждый вопрос и задание в зависимости от его сложности дается от 1 до 3 минут.

В зависимости от набранных баллов программа выставляет слушателям оценку: менее 70% верных ответов – «не зачтено», 70% и более верных ответов – «зачтено». Идентификация слушателей проводится по паре логин-пароль, необходимой для входа на учебный портал.

Итоговая аттестация проводится в режиме компьютерного тестирования. Продолжительность сдачи – 2 часа.

Результаты зачета заносятся в ведомость итоговой аттестации с выставлением оценок.

### **Формы аттестации**

Промежуточный контроль и итоговая аттестация слушателей проводятся в формах, определенных учебным планом.

Форма итоговой аттестации – зачет (тестирование).

## СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ И ТЕМ

### **Модуль 1. Теоретико-методологические основы журналистики и медиакommunikаций.**

**Тема 1. Концептуальный аппарат современной журналистики и медиакommunikаций.** Терминология современной журналистики и медиакommunikаций: медиа, массовая коммуникация, медиасистема, конвергенция, мультимедийность. Классификация современных медиа: по типу собственности, по технологической платформе, по целевой аудитории, по контенту. Тенденции развития медиаиндустрии: цифровизация, трансформация бизнес-моделей, персонализация контента, развитие мобильных платформ, интерактивность, вовлеченность аудитории. Процессы медиаконвергенции и их влияние на профессиональные практики в журналистике и PR.

**Тема 2. Структурно-композиционные элементы медиатекста.** Структура современного медиатекста и функциональное назначение основных компонентов. Заголовочный комплекс: заголовок, подзаголовок, надзаголовок, рубрика, роль в привлечении внимания аудитории. Типы лидов: прямой, затажной, драматический, аналитический, принципы построения. Методы работы с фактологической основой текста: верификация информации, баланс источников, статистические данные. Техники цитирования, правила атрибуции, особенности включения прямой и косвенной речи. Аксиологический компонент медиатекста, способы выражения ценностных установок в различных типах медиаконтента.

**Тема 3. Методология создания информационного текста.** Методологические подходы к созданию информационных текстов разных жанров. Принципы критического анализа источников информации и фактчекинга. Сравнительная характеристика информационных текстов в различных медиа: традиционные СМИ, онлайн-медиа, социальные сети. Практический мастер-класс по созданию новостных материалов различных форматов: заметка, расширенная новость, репортаж, применение правила перевернутой пирамиды и профессиональных стандартов. Экспертная оценка созданных материалов по информативности, объективности, стилистической точности, соответствию форматным требованиям.

### **Модуль 2. Типология и структура медиаконтента в современном информационном пространстве.**

**Тема 4. Концептуализация понятия медиаконтент в системе медиакommunikаций.** Понятие медиаконтента в широком и узком понимании. Теоретические подходы к определению медиаконтента в отечественных и зарубежных исследованиях. Эволюция понятия в контексте развития медиакommunikаций. Критерии качества медиаконтента: информативность, релевантность, достоверность, оригинальность. Модели производства и дистрибуции медиаконтента в современной медиасистеме. Трансформация медиаконтента в условиях цифровизации и конвергенции. Новые формы контента: пользовательский контент, нативная реклама, трансмедийные проекты.

**Тема 5. Жанровая дифференциация медиаконтента: структурно-функциональный анализ.** Современная система жанров медиаконтента и принципы классификации. Структурно-функциональный анализ информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров. Новые гибридные жанровые формы цифровой среды: лонгрид, мультимедийная история, объяснительная журналистика. Функциональные особенности жанров с точки зрения коммуникативного потенциала и эффективности воздействия на аудиторию. Жанровые особенности контента в различных типах медиа: телевидение, радио, печатные СМИ, онлайн-медиа, социальные сети.

**Тема 6. Фактологическая база и специфика формирования медиаконтента различной направленности.** Особенности формирования фактологической базы для медиаконтента политической, экономической, социальной, культурной, спортивной направленности. Методы сбора и верификации информации в зависимости от специфики темы. Источники информации и способы работы с ними. Специфика подготовки медиаконтента для различных целевых аудиторий с учетом информационных потребностей и особенностей восприятия. Этические аспекты работы с фактами и соблюдение профессиональных стандартов при создании контента разной направленности.

### **Модуль 3. Профессиональные компетенции в системе медиакommunikаций.**

**Тема 7. Профессиональные квалификационные требования к специалисту в сфере медиакommunikаций.** Современные квалификационные требования к специалистам медиакommunikаций на основе профессиональных стандартов и запросов медиаиндустрии. Комплекс универсальных и профессиональных компетенций для успешной работы в медиасфере. Ключевые навыки медиаспециалиста: информационная грамотность, критическое мышление, мультимедийные навыки, владение цифровыми инструментами, знание правовых и этических норм. Тенденции трансформации профессиональных ролей и появление новых специализаций: контент-менеджер, SMM-специалист, дата-журналист, продюсер мультимедийных проектов.

**Тема 8. Преодоление коммуникативных барьеров в профессиональной деятельности.** Типы коммуникативных барьеров: технические, семантические, психологические, социальные, культурные. Причины возникновения и последствия для эффективности коммуникации. Стратегии и тактики преодоления барьеров при работе с источниками информации, взаимодействии с аудиторией, в редакционном коллективе, при коммуникации с заказчиками и партнерами. Приемы активного слушания, эмпатического общения, конструктивной обратной связи.

**Тема 9. Приоритетность коммуникативной составляющей в медиасфере.** Центральная роль коммуникативной составляющей в профессиональной деятельности медиаспециалиста. Модели коммуникации: линейная, интерактивная, транзакционная и их применимость в медиасфере. Особенности коммуникативных процессов в цифровой среде: интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность. Коммуникативные стратегии эффективного взаимодействия с аудиторией в различных медиаформатах. Развитие коммуникативной компетентности как ключевого профессионального качества.

**Тема 10. Журналистские компетенции как базовый элемент профессионального развития в медиасфере.** Ключевые журналистские компетенции и их значение для профессионального развития. Базовые навыки: поиск и проверка информации, работа с источниками, структурирование материала, редактирование текста. Специализированные компетенции: интервьюирование, репортажная съемка, создание мультимедийного контента, работа с данными. Пути развития журналистских компетенций в условиях цифровой трансформации медиа. Универсальные журналистские навыки, востребованные в PR, маркетинге, контент-менеджменте, блогинге.

### **Модуль 4. Технологии работы в аудиовизуальных медиа.**

**Тема 11. Методология работы в кадре: теория и практика.** Теоретические основы и практические аспекты работы в кадре. Принципы самопрезентации на экране: техника речи, невербальная коммуникация, внешний вид. Форматы присутствия в кадре: стендап, интервью, диалог в студии, прямое включение. Психологические аспекты работы перед камерой,

способы преодоления стресса. Техники взаимодействия с оператором и режиссером. Практические тренинги, анализ видеозаписей, разбор типичных ошибок.

**Тема 12. Речевые компетенции медиаспециалиста: риторические приемы и техники.** Ключевые речевые компетенции для эффективной работы в медиасфере. Основы ораторского искусства, техники публичных выступлений. Риторические приемы: метафоры, аналогии, антитезы, повторы. Техники речевого воздействия и аргументации. Особенности речи в различных медиаформатах: новости, интервью, комментарий, дискуссия. Практические упражнения по дикции, интонации, темпу речи и речевые тренинги.

**Тема 13. Композиционное построение кадра: технические и эстетические аспекты.** Принципы композиционного построения кадра в аудиовизуальных медиа. Технические аспекты: правило третей, золотое сечение, линейная перспектива, глубина резкости, фокусное расстояние. Эстетические аспекты: баланс, симметрия/асимметрия, ритм, контраст, цветовые решения. Особенности композиции в различных типах съемки: интервью, репортаж, документальная и постановочная съемка. Приемы визуального повествования и создания визуальных метафор. Анализ примеров удачных композиционных решений, упражнения по построению кадра.

#### **Модуль 5. Теоретические и прикладные аспекты видеомонтажа.**

**Тема 14. Концептуальные основы монтажа в аудиовизуальных медиа.** Теоретические основы монтажа как выразительного средства. История развития монтажных теорий и влияние на современную практику. Базовые принципы монтажа: непрерывность действия, соблюдение оси, монтаж по движению, по крупности, по композиции. Типы монтажа: повествовательный, параллельный, ассоциативный, клиповый. Ритмические аспекты монтажа и их влияние на восприятие контента. Особенности монтажа в различных медиаформатах: новости, документалистика, интервью, рекламные ролики.

**Тема 15. Программное обеспечение для видеомонтажа: сравнительный анализ.** Проводится сравнительный анализ современного программного обеспечения для видеомонтажа. Профессиональные программы (Adobe Premiere Pro, Final Cut Pro, DaVinci Resolve) и их функциональные возможности. Программы начального уровня (iMovie, Windows Movie Maker, Movavi) и их ограничения. Онлайн-платформы для видеомонтажа (WeVideo, Clipchamp) и мобильные приложения. Сравнение интерфейсов, инструментов, работы с эффектами и цветокоррекцией. Критерии выбора ПО в зависимости от задач и уровня пользователя. Демонстрация базовых операций в различных программах.

#### **Модуль 6. Практикум по созданию медиаконтента.**

**Тема 16. Проектирование и реализация короткометражного видеоматериала.** Полный цикл создания короткометражного видеоматериала: идея, концепция, сценарий, раскадровка, планирование съемок. Технические аспекты: выбор оборудования, настройка камеры, работа со светом и звуком. Организационные вопросы: получение разрешений, координация команды, соблюдение графика. Групповая работа над созданием документального, информационного или рекламного видеоматериала с прохождением этапов производства.

**Тема 17. Критический анализ и профессиональная оценка созданного контента.** Методики критического анализа и профессиональной оценки медиаконтента. Критерии оценки: техническое качество, содержательная ценность, драматургическая структура, эстетические решения. Инструменты обратной связи для совершенствования контента. Методы оценки эффективности с точки зрения воздействия на аудиторию. Питчинг-сессия,

коллективное обсуждение, экспертная оценка по заданным критериям. Рекомендации по доработке материалов и развитию профессиональных навыков.

## **Модуль 7. Дифференциация новостного и PR-контента.**

**Тема 18. Теоретические основы связей с общественностью: определение, классификация, жанровое разнообразие.** Теоретические основы PR как коммуникационной деятельности. Определения PR и подходы к пониманию. Классификация PR-деятельности: корпоративный, политический, социальный, по целевым группам, каналам. Жанровое разнообразие PR-контента: пресс-релиз, бэкграундер, кейс-стори, биография, факт-лист, Q&A, позиционное заявление, байлайнер. Особенности и функциональное назначение жанров. Тенденции развития PR-коммуникаций в цифровой среде, новые форматы: нативная реклама, брендированный контент, сторителлинг.

**Тема 19. Методология генерации новостного контента.** Методология создания новостного контента от выбора информационного повода до публикации. Критерии новостной ценности: значимость, близость, своевременность, необычность, конфликт, известность участников. Источники информации и методы верификации. Структурные особенности новостных материалов: молния, заметка, расширенная новость. Особенности адаптации новостного контента для различных платформ: печать, телевидение, радио, онлайн-медиа, социальные сети. Практические упражнения по созданию новостных материалов на основе реальных информационных поводов.

**Тема 20. Технологии создания информационных поводов и медиасобытий.** Технологии создания информационных поводов и планирования медиасобытий в PR-деятельности. Типы информационных поводов: календарные, организованные, естественные, искусственные. Критерии эффективного информационного повода с точки зрения медийной привлекательности. Форматы медиасобытий: пресс-конференция, брифинг, презентация, круглый стол, пресс-тур, специальное мероприятие. Этапы планирования и организации медиасобытия. Методы оценки эффективности информационных поводов. Практическая разработка концепции информационного повода и медиасобытия для конкретного кейса.

## **Модуль 8. Проектирование авторского медиапродукта.**

### **Тема 21. Концептуализация и формирование идеи медиапродукта**

Методы генерации и концептуализации идей для авторских медиапродуктов. Источники вдохновения, техники креативного мышления. Этапы формирования концепции: определение темы, выбор формата, разработка уникального подхода, формулировка ключевого сообщения. Методы оценки потенциала идеи по актуальности, оригинальности, реализуемости. Инструменты визуализации концепции: мудборды, интеллект-карты, прототипы. Практический мозговой штурм и разработка концепции с презентацией и обсуждением.

**Тема 22. Стратегии продвижения в медиaprостранстве.** Стратегии продвижения авторского контента в современном медиaprостранстве. Принципы построения стратегии: определение целевой аудитории, выбор каналов коммуникации, планирование контент-календаря, разработка ключевых сообщений. Инструменты продвижения в социальных сетях, мессенджерах, видеохостингах, подкаст-платформах. Методы органического и платного продвижения. Метрики эффективности и инструменты аналитики. Построение личного бренда медиаспециалиста, формирование лояльного комьюнити вокруг контента.

**Тема 23. Мотивационные аспекты создания медиапродукта.** Внутренние мотивы: творческая самореализация, профессиональное развитие. Внешние мотивы: коммерческий успех, признание, влияние. Психологические барьеры в творческом процессе и способы их

преодоления. Методы поддержания мотивации на различных этапах работы над проектом. Техники тайм-менеджмента и самоорганизации для эффективной реализации медиапроектов.

**Тема 24. Целеполагание в проектной деятельности медиаспециалиста.** Принципы и технологии целеполагания в проектной деятельности. Иерархия целей: стратегические, тактические, операционные. Методика постановки целей SMART применительно к медиапроектам. Инструменты декомпозиции целей и планирования этапов реализации. Методы контроля достижения целей и корректировки планов. Критерии успешности медиапроекта с точки зрения стейкхолдеров. Практическая разработка системы целей и дорожной карты реализации авторского медиапроекта.

## **ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**Доступ ограничен!**

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

№ п/п	Наименование	№ темы
1.	Алексеева, Е. К. Жанровая система медиаконтента / Е. К. Алексеева. — Санкт-Петербург: Питер, 2024. — 260 с. — ISBN 978-5-4461-1555-1.	4, 5, 6
2.	Барсукова, М. А. Методология создания новостного контента / М. А. Барсукова. — Санкт-Петербург: Питер, 2024. — 238 с. — ISBN 978-5-4461-1675-6.	3, 19, 20
3.	Беляев, А. С. Стратегии продвижения в медиапространстве / А. С. Беляев. — Санкт-Петербург: Питер, 2024. — 244 с. — ISBN 978-5-4461-1700-5.	22
4.	Голубев, А. Ю. Современные программы для видеомонтажа: обзор и сравнение / А. Ю. Голубев. — Санкт-Петербург: Питер, 2024. — 198 с. — ISBN 978-5-4461-1650-3.	15
5.	Гусева, О. В. Коммуникативные барьеры и их преодоление в медиа / О. В. Гусева. — Санкт-Петербург: Питер, 2024. — 230 с. — ISBN 978-5-4461-1600-8.	8
6.	Иванова, Н. В. Медиатекст: теория и практика создания / Н. В. Иванова. — Москва: Юрайт, 2023. — 224 с. — ISBN 978-5-534-12123-4.	1, 2, 3
7.	Иванова, Н. В. Управление проектами в медиа: теория и практика / Н. В. Иванова. — Москва: Проспект, 2024. — 256 с. — ISBN 978-5-392-17050-1.	21, 22, 23, 24
8.	Козлова, Е. П. Работа в кадре: теория и практика / Е. П. Козлова. — Москва: Юрайт, 2023. — 198 с. — ISBN 978-5-534-12222-4.	11
9.	Крылова, Н. А. Компетенции медиаспециалиста в цифровую эпоху / Н. А. Крылова. — Москва: Дашков и К, 2023. — 288 с. — ISBN 978-5-394-0573-9.	7, 10
10.	Крылова, Е. В. Мотивация и тайм-менеджмент в медиапроектах / Е. В. Крылова. — Москва: Вузовский учебник, 2023. — 198 с. — ISBN 978-5-7695-1255-5.	23, 24
11.	Кузнецов, В. П. Новые медиа: конвергенция и мультимедийность / В. П. Кузнецов. — Санкт-Петербург: Питер, 2024. — 280 с. — ISBN 978-5-4461-1500-1.	1, 4
12.	Ларин, С. В. Теория и практика монтажа в медиапроизводстве / С. В. Ларин. — Москва: Проспект, 2023. — 280 с. — ISBN 978-5-392-17045-7.	14
13.	Лебедева, Е. А. Целеполагание и управление медиапроектами: практическое руководство / Е. А. Лебедева. — Москва: Академия, 2023. — 224 с. — ISBN 978-5-7695-9887-0.	24
14.	Лебедева, Е. А. Цифровизация медиаиндустрии: вызовы и перспективы / Е. А. Лебедева. — Москва: Академия, 2023. — 256 с. — ISBN 978-5-7695-9876-2.	1, 4, 7
15.	Михайлова, Т. И. Создание видеоконтента: методология и практика / Т. И. Михайлова. — Москва: Инфра-М, 2023. — 220 с. — ISBN 978-5-16-018590-9.	11, 13, 16

№ п/п	Наименование	№ темы
16.	Морозова, А. В. Журналистские компетенции и профессиональное развитие / А. В. Морозова. — Екатеринбург: УрФУ, 2024. — 276 с. — ISBN 978-5-7996-0417-1.	7, 10
17.	Николаев, В. И. Медиа контент: теория, модели, практика / В. И. Николаев. — Москва: Вузовский учебник, 2023. — 314 с. — ISBN 978-5-7695-1234-5.	4, 5, 6
18.	Орлов, С. М. Текстовые стратегии в современных СМИ / С. М. Орлов. — Екатеринбург: УрФУ, 2024. — 198 с. — ISBN 978-5-7996-0345-7.	2, 3
19.	Петров, А. Ю. Информационные тексты: методология и жанры / А. Ю. Петров. — Москва: Проспект, 2023. — 270 с. — ISBN 978-5-392-17018-1.	2, 3, 19
20.	Петров, А. Ю. Проектный менеджмент в медиакоммуникациях / А. Ю. Петров. — Санкт-Петербург: Питер, 2023. — 280 с. — ISBN 978-5-4461-1722-7.	21, 22, 24
21.	Романова, Е. В. Критический анализ медиаконтента / Е. В. Романова. — Санкт-Петербург: Северо-Запад, 2024. — 210 с. — ISBN 978-5-98765-433-8.	17
22.	Романов, Д. В. Коммуникация в медиасфере: модели и стратегии / Д. В. Романов. — Москва: Академия, 2023. — 256 с. — ISBN 978-5-7695-9879-5.	8, 9
23.	Савина, Н. Ю. Концептуализация и формирование медиапродукта / Н. Ю. Савина. — Москва: Юрайт, 2023. — 210 с. — ISBN 978-5-534-12456-6.	21
24.	Смирнова, И. В. (ред.) Медиа и массовая коммуникация: современные концепции и терминология / под ред. И. В. Смирновой. — Москва: Изд-во МГУ, 2023. — 312 с. — ISBN 978-5-234-12345-6.	1
25.	Сидорова, М. Л. Фактология в медиапространстве: сбор и проверка информации / М. Л. Сидорова. — Москва: Инфра-М, 2023. — 210 с. — ISBN 978-5-16-018523-7.	2, 3, 6, 19
26.	Соловьев, В. Г. Организация медиасобытий и информационных поводов / В. Г. Соловьев. — Москва: Академия, 2023. — 250 с. — ISBN 978-5-7695-9883-2.	18, 20
27.	Чернов, В. Н. Композиция кадра в аудиовизуальной журналистике / В. Н. Чернов. — Москва: Вузовский учебник, 2023. — 240 с. — ISBN 978-5-7695-1245-6.	13

Разработчик программы

А.И. Науменко

Основатель Академии Союза «НЭО»

А.Б. Рахимкулова