



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.01.04 МЕДИАБРЕНДИНГ И ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ МЕДИА

Направление подготовки: 44.04.01 Педагогическое образование
Направленность (профиль): Образовательная медиадеятельность

Квалификация (степень): магистр
Форма обучения: очная

Институт: филологии
Кафедра: литературоведения и журналистики

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	2		
Семестр/триместр	4		

Лекции	8		
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	10		
В т.ч. практическая подготовка	2		
Консультации			
Форма промежуточной аттестации	Экзамен		
Контроль	9		
Иные формы работы	0,3		
Самостоятельная работа	116,7		

Всего часов: 144
Трудоемкость: 4 з.е.

Разработчик рабочей программы: д.ф.н., доцент Дякина А.А.

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: получение знаний о медиабрендинге и технологиях, связанных с продвижением различных образовательных медиа.

Задачи изучения дисциплины:

- рассмотрение особенности медиабрендинга;
- раскрытие специфики медиабрендинга в системе образовательных медиа.

Место дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина Б1.В.01.04 Медиабрендинг и технологии продвижения образовательных медиа реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений.

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знать: <ul style="list-style-type: none">- методы представления и описания результатов проектной деятельности;- методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта;- принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе.	Знает: <ul style="list-style-type: none">- методы презентации результатов проектной деятельности;- способы оценки результатов выполнения проекта;- требования, предъявляемые к проектной работе.
	Уметь: <ul style="list-style-type: none">- формировать план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения;- организовывать и координировать работу участников проекта, обеспечивать работу команды необходимыми ресурсами.	Умеет: <ul style="list-style-type: none">- планировать этапы реализации проекта;- контролировать выполнение проекта;- организовывать, обеспечивать и координировать работу участников проекта.
	Владеть <ul style="list-style-type: none">- навыками представления публично результатов проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических конференциях.	Владет: <ul style="list-style-type: none">- навыками представления результатов проекта в различных формах.
ПКС-1. Способен на основе критического анализа рынка образовательных услуг в регионе	Знать: <ul style="list-style-type: none">- способы критического анализа рынка образовательных услуг;- особенности создания и продвижения проектов по массовому медиаобразованию;- современные медиаобразовательные технологии, включая цифровые и ди-	Знает: <ul style="list-style-type: none">- способы критического анализа рынка образовательных услуг;- особенности создания и продвижения проектов по массовому медиаобразованию;- современные медиаобразовательные технологии, включая цифровые

разрабатывать и реализовывать проекты по массовому медиаобразованию населения	станционные технологии обучения;	и дистанционные технологии обучения;
	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать способы критического анализа для выявления особенностей регионального рынка образовательных услуг; - создавать проекты по медиаобразованию, ориентированные на различные слои населения; - разрабатывать оптимальные условия для осуществления медиаобразовательной деятельности с использованием современных технологий, применяемых в данной сфере. 	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - критически анализировать особенности регионального рынка образовательных услуг; - создавать проекты по медиаобразованию, ориентированные на различные слои населения; - разрабатывать оптимальные условия для осуществления медиаобразовательной деятельности с использованием современных технологий, применяемых в данной сфере.
	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами анализа ситуации на рынке образовательных услуг; - способами проектирования и ведения медиаобразовательной деятельности; - технологиями медиаобразовательной деятельности в системе общего и дополнительного образования. 	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами анализа ситуации на рынке образовательных услуг; - способами проектирования и ведения медиаобразовательной деятельности; - технологиями медиаобразовательной деятельности в системе общего и дополнительного образования.

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ
с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)
и на самостоятельную работу

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	Раздел 1. Медиабрендинг как предмет изучения					
1.	Тема 1. Брендинг и его атрибуты. Медиа и бренды		2			12
2.	Тема 2. Медиабрендинг: ключевые понятия		2			12
3.	Тема 3. Стратегические компоненты построения медиабренда		2			12
4.	Тема 4. Структура и формирование медиабренда		2			12
5.	Тема 5. Развитие			2		12

	медиабренда в пространстве и времени.					
6.	Тема 6. Стратегии медиакомпаний по управлению медиабрендами			2		12
	Раздел 2. Образовательные медиа и технологии их продвижения.					
7.	Тема 7. Образовательные медиа: традиционный и новый формат.			2		12
8.	Тема 8. Платформы для образовательных медиа.			2		12
9.	Тема 9. Креативные стратегии продвижения образовательных медиа			2		20,7
	Итого за 4 семестр:		8	10		116,7
	В т.ч. практическая подготовка	-				
	Итого:	144	8	10		116,7
	Контроль:	9				
	Иные формы работы:	0,3				

Очно-заочная форма обучения

Не реализуется.

Заочная форма обучения

Не реализуется.

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме реферата.

Примерная тематика рефератов (4 семестр)

1. Образовательные медиа: становление и развитие.
2. Образовательные СМИ в условиях конвергенции.
3. Глобализация медиасреды и образовательные медиа.
4. Школьные издания в системе медиаобразования учебного заведения.
5. Вузовские и молодежные издания в информационном пространстве региона.
6. Медиаобразовательный потенциал научных изданий.
7. Образовательные СМИ в эпоху цифровизации знаний.

8. Образовательное СМИ как бренд.
9. Брендирование образовательных изданий (на примере конкретного СМИ).
10. Проблема наполнения образовательного портала.
11. Научно-популярные СМИ в системе медиакультуры молодежи.
12. Новейшие технологии продвижения образовательных медиа.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме экзамена с использованием следующих оценочных материалов:

Вопросы к экзамену (4 семестр, очная форма)

1. Бренддинг: ключевые понятия.
2. Бренддинг как вид деятельности по разработке и продвижению бренда
3. Сущность и имидж бренда.
4. Характеристика бренда на основе личности его создателя.
5. Инструменты бренда.
6. Разновидности атрибутов брендов.
7. Бренддинг как особенность высококультурных рынков.
8. Целевые аудитории бренда и их анализ.
9. Бренддинг и понимание возможностей рынка.
10. Бренддинг: анализ деятельности конкурентов.
11. Медиа и бренды: причины усиления взаимосвязей.
12. Особенности медиабренддинга.
13. Национальный характер медиабренда.
14. Возможности использования концепций бренддинга и брендменеджмента в медиасфере.
15. Медиабренд в условиях конвергенции СМИ.
16. Капитал медиабренда.
17. Особенности брендинговой деятельности медиакомпаний.
18. Бренддинговая тактика и стратегия на рынках b2b и b2c.
19. Медиапотребитель и бренд СМИ: соотношение понятий.
20. Инструменты медиабренддинга.
21. Медиаплатформа и бренд
22. Модели медиабренддинга.
23. Позиционирование медиабренда в пространствах социальных и личностных характеристик.
24. Образовательные медиа: способы разработки, особенности продвижения.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Кириллова, Н. Б. Медиалогия [Электронный ресурс]: монография / Н. Б. Кириллова. - 2-е изд., стер. - Москва : Директ-Медиа, 2018. - 420 с.
http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=494602
2. Зотов, В. В. Бренд-решения [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. В. Зотов . - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 80 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90812>

3. Чернов, А. В. Профессиональные творческие студии: учебное пособие для вузов / А. В. Чернов, М. В. Дворянова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12548-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476138> (дата обращения: 06.08.2021).

4.2. Дополнительная литература

1. Медиа. Введение [Электронный ресурс]: учеб. для студентов вузов / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. с англ. Ю. В. Никуличева. - 2-е изд. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 551 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

2. Годин, А. М. Брендинг [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А. М. Годин. - 4-е изд. - Москва: Дашков и Ко, 2016. - 184 с.
http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453899

3. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473557> (дата обращения: 06.08.2021).

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	http://edu.ru/	Российское образование: Федеральный портал. Включает ссылки на порталы и сайты образовательных учреждений; государственные образовательные стандарты; нормативные документы; каталог экскурсий и обучающих программ.	Свободный доступ
3.	https://www.mlg.ru/	Мониторинг СМИ и соцсетей. Инструмент оценки эффективности коммуникаций. Портал	Свободный доступ
4.	http://www.pressdisplay.com	Всемирная онлайн-библиотека периодического изданий. Портал	Свободный доступ

5.	http://www.iqlib.ru	Интернет-библиотека образовательных изданий, в которой собраны электронные учебники, справочные материалы	Свободный доступ
----	---	---	------------------

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
3.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
4.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ
5.	www.school.edu.ru	Российский общеобразовательный портал	Свободный доступ
6.	http://www.bibliorossika.com	Электронно-библиотечная система «БиолиоРоссика»	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
7.	http://www.iprbooshop.ru/	Электронно-библиотечная система IPRbooks	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.