

Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса

Балльно-рейтинговая система

Уровень подготовки: бакалавриат

№	Учебная дисциплина	Работа в семестре											Зачет/ Экзамен	Итого
		Работа на лекционных занятиях		Исследовательская работа				Текущий контроль	Проектная работа					
		Ведение конспекта лекций	Экспресс-опросы на лекциях	Обоснование исследования (литература, источники, метод и др.)	План-задание (цель, задачи, график и др.)	Презентация результата	Продвижение результата (конференция, публикация и др.)	Эссе, домашнее творческое задание, контрольная работа и др.	Обоснование проекта (теория, данные, гипотеза и др.)	План-задание (качественные и количественные показатели, график и др.)	Презентация результата	Продвижение результата (конференция, публикация и др.)		
	Digital-коммуникации	2	4	2-4	2-4	4-8	4-8	10	2-4	2-4	4-8	4-8	60	100
	Бизнес-модели монетизации контента	2	4	4	4	8	8	10					60	100
	Бизнес-модели новых медиа	2	4	4	4	8	8	10					60	100
	Введение в специальность	2	4					10	4	4	8	8	60	100
	Деловая журналистика	2	4	4	4	8	8	10					60	100
	Дистрибуция рекламного и PR-контента	2	4					10	4	4	8	8	60	100
	Имиджмейкинг и технологии управления репутацией в социальных сетях	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Инфографика и web-дизайн	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Исследование рынка в сфере рекламы	2	4	4	4	8	8	10					60	100
	Исследовательская журналистика	2	4	4	4	8	8	10					60	100
	История журналистики	2	4	4	4	8	8	10					60	100
	История рекламы и PR	2	4	4	4	8	8	10					60	100
	Консалтинг в сфере PR	2	4					10	4	4	8	8	60	100
	Концепции и технологии современных медиа	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Корпоративный PR в соцсетях	2	4					10	4	4	8	8	60	100
	Манипулирование и контрманипулирование в коммуникационном пространстве	2	4	4	4	8	8	10					60	100
	Медиа-компетентность в современном обществе	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Медиа и искусство убеждения	2	4	4	4	8	8	10					60	100
	Методы и технологии мониторинга социальных сетей	2	4	4	4	8	8	10					60	100
	Нативная реклама в информационном пространстве	2	4					10	4	4	8	8	60	100
	Новостная журналистика	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Организация и проведение PR-кампаний	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Организация и продвижение коммуникативного мероприятия	2	4					10	4	4	8	8	60	100
	Организация коммуникаций в PR и рекламной деятельности	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Оценка эффективности рекламных кампаний	2	4					10	4	4	8	8	60	100
	Планирование коммуникационных кампаний и мероприятий	2	4					10	4	4	8	8	60	100
	Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Производство контента	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Работа пресс-службы и PR-подразделения в государственных и корпоративных структурах	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Реклама в политике и экономике	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Ресурсное обеспечение коммуникационных кампаний и мероприятий	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Связь с общественностью в политике и бизнесе	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Сервисы и инструменты создания эффективных рекламных сообщений	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Создание видео-контента	2	4					10	4	4	8	8	60	100
	Создание и продвижение бренда	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Социальные сети и гражданская журналистика	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Спичрайтинг	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Сторителлинг в маркетинговом медиаконтенте	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Телекоммуникационные и компьютерные технологии в сфере PR	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Теория и практика PR	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Теория и практика средств массовой информации	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Теория коммуникации	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Технологии производства рекламного и PR-контента	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Управление творческим проектом	2	4	2	2	4	4	10	2	2	4	4	60	100
	Учебно-научный семинар	2	4	4	4	8	8	10					60	100