

Автономная некоммерческая организация
высшего образования
(Лицензия на осуществление образовательной деятельности серия
90Л01 № 0009150, рег. № 2114 от 26.04.2016
Свидетельство о государственной аккредитации
серия 90А01 № 0002978, рег. № 2838 от 24.05.2018)

«ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Юридический адрес: 620041, г. Екатеринбург,
ул. Железнодорожников, д. 3
Почтовый адрес: 620049, г. Екатеринбург, ул. Студенческая, 19
тел.: (343) 3746204, (343) 3745190 факс: (343) 3834666
e-mail: lau@r66.ru ИНН 6670433160 КПП 667001001
Р/сч 40703810100000002559 ОГРН 1169600000668
К/сч 30101810900000000795 ПАО КБ «Уральский банк
реконструкции и развития» БИК 046577795

№ _____
на № _____ от _____



**АНО ВО «Гуманитарный университет»
Факультет журналистики и медиакоммуникаций**

ЖУРНАЛИСТИКА И РЕДАКТИРОВАНИЕ В «НОВЫХ МЕДИА»

Программа профессиональной переподготовки на базе высшего образования
(включая непрофильное высшее образование)

В программе:

Правовые аспекты деятельности СМИ в «новых медиа»
Эффективный медиамаркетинг и медиаменеджмент
Медиаповедение целевой аудитории. Медиапотребление и медиа-аналитика.
Взаимодействие СМИ и социальных сетей
Трансформация жанров в «новых медиа»

Обучение в Екатеринбурге по адресу: Железнодорожников, 3.

Сроки: форма обучения: очно-заочная

сроки обучения: 27 апреля – 25 мая 2019 г. (по выходным)

Стоимость: 40 000 руб.

Формирование групп заканчивается 20 апреля 2019 года.

По итогам успешного обучения – диплом о профессиональной переподготовке

Контакты: деканат 8(343) 360-37-10

trj@list.ru

[vk.com.tvjourn](https://vk.com/tvjourn)

СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ПРОГРАММЫ

| № п/п | Раздел | Содержание темы |
|--|--|--|
| Модуль 1. Медиапотребление и медиааналитика | | |
| 1 | Вызовы медиасреды: почему СМИ становится все сложнее донести контент до потребителя и что с этим делать? | Информационный, когнитивный и технический шум: «стена» между пользователем и медиа. Мультиканальное медиапотребление. Тенденция сетевого detox'a, или почему пользователи «портят» статистику в праздники и выходные. Новые медиа как фильтр информации. |

| | | |
|---|---|--|
| 2 | Анализ современных целевых аудиторий | Виды современных целевых аудиторий. Когда, в каком контексте, с каких устройств. Поколенческий подход в анализе привычек и особенностей медиапотребления (как потребляют контент в сети и вне её), психо-эмоциональные особенности медиапотребления (чего ждут от контента, как взаимодействуют с медиа, степень лояльности к контенту). Где «ловить» свою целевую аудиторию: профили социальных сетей и некоторых мессенджеров (ВКонтакте, Одноклассники, Instagram, Facebook, Telegram, Twitter, WhatsApp, Viber). |
| 3 | Адаптация оффлайн-контента для сети | Ф.П.Т.Э.М. – фильтрация, персонализация, толкование, эмоция, мнение - или как оправдать ожидание своего пользователя. Адаптация ТВ-контента, печатного контента, радио-контента. Стоковый и пользовательский контент: зачем нужен, где брать, как адаптировать. Подкасты. Инструменты и сервисы для создания и адаптации сетевого контента. Контент-тренды. |
| | Digital-продюсирование аккаунтов | Концепция аккаунта: определение, анализ конкурентов, выработка собственного сценария. Составление контент-плана. Статистика аккаунта: что значат показатели, на какие из них стоит обращать особое внимание. Сервисы для аналитики и грамотной раскрутки аккаунта. Почему «накручивать» (статистику) плохо? Типичные ошибки в развитии аккаунта. Реклама в аккаунте: как монетизировать свой контент. |
| Модуль 2. Информационная стратегия СМИ | | |
| 1 | Информационная стратегия СМИ | «Ядро» целевой аудитории и тематические блоки. Как сохранить лояльность аудитории? Повестка дня. Работа с источниками. Проблема достоверности информации и завоевание доверия аудитории. Фейки и как с этим работать. |
| Модуль 3. Стилистика и редактирование | | |
| 1 | Стилистика и редактирование | Как читают современные читатели? Особенности внимания и вовлечения вашей аудитории. |
| 2. | | Анализ и редактирование текстов. |
| Модуль 4. Изменения в правовом регулировании медиа | | |
| 1 | Изменения в медиазаконодательстве РФ | Развитие законодательства о СМИ. Правовое регулирование журналистики и блогерства. Новые нормативные акты в медиасфере. |
| 2 | Профессиональная этика журналиста | Этические нормы при сборе и распространении информации. Профессионально-этические затруднения в журналистике и способы их разрешения. |
| Модуль 5. Эффективный медиаменеджмент и медиамаркетинг | | |
| 1 | Изменения в медиаиндустрии. Проблема дробления аудиторий. Поиск тематических ниш. | Понятия «стратегического» и «операционного» маркетинга на медиа-рынке: особенности, цели, задачи, направления. Определение «целевой» информационной ниши. Позиционирование продукта СМИ. Жизненный цикл продукта СМИ. Ивент-маркетинг и проектный менеджмент в СМИ. Проекты портала Е-1. |