

НФПК – Национальный фонд подготовки кадров

УТВЕРЖДАЮ
НФПК - Национальный фонд подготовки кадров

Исполнительный директор
И.В. Аржанова



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ**

**УНИВЕРСИТЕТ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ:
КАК СТАТЬ ЛУЧШЕ КОНКУРЕНТОВ**

г. Москва, 2022 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ	3
1.1. Цель и задачи освоения программы.....	3
1.2. Категория слушателей.....	4
2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ, ОСВОИВШИХ ПРОГРАММУ	4
2.1. Область профессиональной деятельности	4
2.2. Виды профессиональной деятельности.....	4
3. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ПРОГРАММЫ	5
3.1. Сфера применения полученных профессиональных компетенций, умений и знаний.....	5
3.2. Трудоемкость обучения и режим занятий.....	7
3.3. Форма обучения и форма организации образовательной деятельности	8
3.4. Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы	8
3.5. Нормативные правовые основания разработки программы.....	8
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ.....	9
5. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ	11
5.1. Структура программы	12
5.2. Организация освоения программы.....	12
5.3. Формы аттестации	13
6. УЧЕБНЫЙ ПЛАН	14
7. РАБОЧИЕ УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)	15
8. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК.....	18
9. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	19
9.1. Требования к квалификации педагогических кадров, предприятий и организаций, обеспечивающих реализацию образовательного процесса.....	19
9.2. Требования к материально-техническим условиям реализации образовательного процесса.....	19
9.3. Требования к материально-техническим условиям обучающегося:	20
10. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ.....	21
10.1. Описание процедур оценки качества результатов освоения дополнительной профессиональной программы	21
10.2. Методические материалы к выполнению итоговой работы	22
11. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНТЕРНЕТ РЕСУРСОВ	24
11.1. Основная литература	24
11.2. Дополнительные Интернет-источники и полезные ресурсы.....	24
Приложение 1	28

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Цель и задачи освоения программы

Целью реализации дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Университет в информационном пространстве: как стать лучше конкурентов» (далее – ППК, программа, программа ДПО) является совершенствование и (или) формирование новых компетенций в области проектирования коммуникационной и медиа-стратегий с целью повышения узнаваемости бренда и развития инвестиционной привлекательности образовательной организации в информационном пространстве.

Программа направлена на решение следующих задач:

- актуализация знаний о современных особенностях информационного поля, трендах его изменений и медиа компетенциях университета, направленных на обеспечение развития инвестиционной привлекательности образовательной организации;
- формирование и актуализация комплекса знаний и практических навыков необходимых в профессиональной деятельности специалистам образовательных организаций, вовлеченных в процесс повышения узнаваемости бренда в информационном пространстве, востребованности образовательных, научных и технологических продуктов, а также создания и реализации эффективных коммуникационных и медиа-стратегий университета;
- практическое освоение инструментов и технологиями проведения комплексного анализа цифрового следа, в том числе для проектирования собственных целевых показателей долгосрочного развития и построения дорожной карты улучшений положения образовательной организации в рейтинге медийной активности.

Программа разработана с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлениям подготовки: 42.03.05 «Медиакоммуникации» (уровень магистратуры), утверждённый Приказом Министерства образования и науки РФ от 30.03.2015 № 327, 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриат), утверждённый Приказом Министерством образования и науки РФ от 08.06.2017 № 512, Приказа Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 2 февраля 2018 года №49н «Об утверждении

профессионального стандарта «Специалист административно-хозяйственной деятельности».

1.2. Категория слушателей

Программа рассчитана на обучение специалистов медиа-центров и пресс-служб, служб маркетинга, департаментов по международному развитию, специалистов, отвечающих за приемную кампанию, а также медиа-менеджмент университета.

К освоению программы допускаются лица, имеющие:

- высшее образование и (или) получающие высшее образование,
- опыт профессиональной деятельности или обладающие профессиональными навыками в следующих сферах: медиа-коммуникации, рекламы и связей с общественностью, проектирование медиа-стратегий образовательных организаций, аналитическая деятельность,
- умение составлять поисковые запросы, работать с информационными источниками, анализировать полученную информацию и находить зависимости, прогнозировать динамику и отражать связи в аналитических текстах.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ, ОСВОИВШИХ ПРОГРАММУ

2.1. Область профессиональной деятельности

Область профессиональной деятельности обучающихся, освоивших программу ДПО, включает: учреждения системы высшего профессионального образования, учебные центры, департаменты по международному развитию и структурные подразделения, отвечающие за приемную кампанию и иные организации, осуществляющие образовательную деятельность.

2.2. Виды профессиональной деятельности

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся, освоившие программу:

- аналитическая и экспертная деятельность;
- научно-исследовательская деятельность;

- организационно-управленческая деятельность;
- редакторская деятельность.

3. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ПРОГРАММЫ

3.1. Сфера применения полученных профессиональных компетенций, умений и знаний

Разработка коммуникационных и медиа-стратегий и проектирование собственных целевых показателей долгосрочного развития, комплексный анализ цифрового следа образовательной организации, оптимизация и модернизация сайта образовательной организации, внедрение управленческих решений при реализации дорожной карты улучшений позиций образовательной организации в рейтинге медиаактивности.

В результате освоения программы, обучающийся должен:

знать:

- современные технические средства, программное обеспечение и информационно-коммуникационные технологии для решений профессиональных задач;
- методы поиска и анализа информации, принципы сбора, отбора и обобщения информации, подходы к интерпретации метрик, методики системного подхода;
- современные особенности информационного поля, тренды его изменений;
- социологические и маркетинговые исследования медиа-рынка, медиа-потребления, аудиторий, направленные на изучение потребностей общества и интересов аудитории;
- совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа-коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- особенности всех этапов и принципов производства различных коммуникационных продуктов разных медиасегментов;

— подходы к формированию коммуникационных и медиа-стратегий, коммуникационных концептов и их реализации;

— принципы социальной ответственности, закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности.

уметь:

— применять современные технические средства и программное обеспечение с целью анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;

— организовать процесс изучения аудиторий и использовать его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых аудиторий при разработке медиа-текстов и (или) медиа-продуктов и (или) коммуникационных продуктов;

— осуществлять поиск, анализировать и систематизировать данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;

— управлять процессом подготовки востребованных медиа-текстов, и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов;

— планировать реализацию коммуникационных кампаний и проектов с учетом механизмов функционирования конкретной медиа-коммуникационной системы;

— проектировать коммуникационную и медиа-стратегию, формулировать стратегические и частые цели, задачи, определять сроки, целевые этапы и основные направления работ, анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов;

— применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности.

владеть:

— навыками подбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления своей профессиональной деятельности;

— навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками, базами данных, рейтингами, инструментами анализа и оценки, внутренней и внешней критикой различных видов источников информации;

— навыками интерпретации данных социологических и маркетинговых исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп;

— навыками критического анализа, комплексной оценки, методами системного подхода и прогнозирования целевых показателей для решения поставленных задач;

— навыками определения тенденций развития медиа-коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;

— навыками планирования, организации и координации процесса создания медиа-текстов и (или) медиа-продуктов и (или) коммуникационных продуктов на всех этапах их производства;

— методиками разработки и проектирования коммуникационных и медиа-стратегий, формулирования целей и задач, проектирования собственных целевых показателей долгосрочного развития и коммуникационной матрицы, а также потребности в ресурсах;

— навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов, разрабатываемых медиа и коммуникационных стратегий.

3.2. Трудоемкость обучения и режим занятий

Нормативный срок освоения программы – 36 академических часов.

Максимальный объем учебной нагрузки обучающихся не может составлять более 8 академических часов в день, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению программы.

Образовательный процесс по программе осуществляется в течение 3 недель.

3.3. Форма обучения и форма организации образовательной деятельности

Форма обучения – очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

При реализации программы применяется форма организации образовательной деятельности, основанная на модульном принципе представления содержания программы и построения учебных планов, использование различных образовательных технологий.

3.4. Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы

По результатам освоения программы выдается удостоверение о повышении квалификации на бланке, образец которого самостоятельно устанавливается организацией, осуществляющей образовательную деятельность.

3.5. Нормативные правовые основания разработки программы

Нормативно-правовую основу разработки программы составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»,
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 01 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»,
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 30 марта 2015 г. № 327 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (уровень магистратуры)»,
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. № 512 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью»,
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 23 августа 2017 г. № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»,

- Приказа Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 2 февраля 2018 года №49н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист административно-хозяйственной деятельности».
- Локальные нормативные акты НФПК – Национального фонда подготовки кадров.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Освоение программы направлено на формирование и (или) совершенствование следующих компетенций:

Универсальных компетенций:

— способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1, Реклама и связи с общественностью);

— способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2, Реклама и связи с общественностью).

Общепрофессиональных компетенций:

— способность планировать, организовать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиа-текстов, медиа-продуктов, коммуникационных продуктов (ОПК-1, Медиакоммуникации);

— способность анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиа-тексты, медиа-продукты, коммуникационные продукты (ОПК-4, Медиакоммуникации);

— способность принятия профессиональных решений, анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях (ОПК-5, Медиакоммуникации);

— способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК- 6 Реклама и связи с общественностью);

— способность оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7, Медиакоммуникации);

— способность воспринимать тексты медиа с точки зрения их перформативности, семантики и смысла, и идентификации возможных манипуляций в различных их формах (ОПК-10, Медиакоммуникации).

Профессиональных компетенций:

— способность использовать методы, методики и приемы для презентации результатов проектно-аналитических, научно-исследовательских, аналитических, экспертно-консультационных задач (ПК -2, Медиакоммуникации);

— способность использовать информационно-коммуникационные технологии для поиска и обработки информации и презентацию результатов научных и аналитических проектов, для сетевой коммуникации в профессиональных целях, а также для работы с базами данных, работать с размещенными в открытом доступе материалами государственных структур, международных организаций, корпоративной отчетностью фирм и финансовых институтов (ПК-3, Медиакоммуникации);

— способность описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат экономической науки для решения менеджеральных задач в области медиабизнеса (ПК-6, Медиакоммуникации);

— способность пользоваться современными компьютерными инструментами для анализа: пакетами статистического анализа данных, пакетами анализа аудиторных показателей, средствами автоматизации процесса планирования в медиаорганизации, пакетов для управления проектами, средствами создания графических схем, линейных графиков, диаграмм, презентаций (ПК-7, Медиакоммуникации);

— способность разрабатывать научный инструментарий исследования (выборка, вопросники, гайды) (ПК-8, Медиакоммуникации);

— способность прогнозировать предпочтения медийной аудитории и развитие медиарынка (ПК-9, Медиакоммуникации);

— способность применять необходимые методологические инструменты, разрабатывать, организовать и возглавить разработку стратегии развития

медиакомпаний, включая постановку целей, разработку дерева целей, а также бизнес-планов и концепций развития медиакомпаний (ПК-10, Медиакоммуникации);

— способность анализировать медиарынки и проводить диагностику внутренних систем медиа предприятий (ПК-25, Медиакоммуникации);

— способность технически координировать процесс создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах (ПК-33, Медиакоммуникации);

— способность взаимодействовать с аудиторией с использованием современных форм сетевой коммуникации: блогов, социальных сетей (ПК-35, Медиакоммуникации);

— способность обрабатывать медиа-продукты и готовить их для их публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов (ПК-36 Медиакоммуникации).

Профессиональные компетенции устанавливаются с учетом федеральных государственных образовательных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности обучающихся, а также, при необходимости, на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к обучающимся данного направления подготовки на рынке труда, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки, иных источников.

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Структура программы включает цель, планируемые результаты освоения программы, учебно-тематический план, календарный учебный график, рабочие программы учебных дисциплин (модулей), описание организационно-педагогических условий реализации программы и формы аттестации, оценка результатов освоения программы. Учебный план программы определяет перечень, трудоемкость, последовательность и распределение учебных предметов, дисциплин (модулей), иных видов учебной деятельности обучающихся и формы аттестации.

При реализации программы применяется форма организации образовательной деятельности, основанная на модульном принципе представления содержания образовательной программы и построения учебных планов. Программа включает пять модулей. Содержание модулей разбито на отдельные темы.

Все модули программы являются инвариантными и логически дополняют друг друга. Однако содержательная структура всего курса в целом позволяет оперативно варьировать программу в зависимости от конкретных условий её реализации (состава обучающихся, их количества, уровня подготовленности и т.п.).

5.1. Структура программы

№	Наименование модуля	Кол-во часов
1.	Особенности восприятия информации в РФ и мире: тенденции и тренды	5,2
2.	Цифровой след университета	4,2
3.	Как повысить качество сайта университета	7,2
4.	Дорожная карта улучшений позиций в M-Rate и рейтинге BrandAnalytics	8,2
5.	Медиа-стратегия вуза	7,2
	<i>Промежуточная аттестация</i>	2
	<i>Итоговая аттестация</i>	2
	Итого	36

5.2. Организация освоения программы

Организация освоения программы строится на основе самостоятельной и практической работе, а также активной вовлеченности в образовательный процесс обучающимися.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя следующие виды деятельности: самостоятельное изучение теоретического материала, изучение программного материала, не вошедшего в лекционную часть программы, подготовка к решению практических заданий.

Теоретический материал доступен в понятной и наглядной форме, к каждому модулю выложены дополнительные учебные материалы: презентационные и библиографические материалы, дополнительная литература.

Практические задания помогают закреплять достигнутый уровень освоения программы. В задании сформулирован ряд вопросов, которые обучающиеся должны раскрыть. Кроме развернутых ответов на вопросы, обучающийся может предоставить дополнительную информацию, если она поможет более полно и точно представить основную мысль. В качестве кейса обучающиеся могут использовать собственный кейс.

Кейс может быть уже реализован, находится на стадии реализации или это может быть просто идея, которую обучающийся планирует воплотить в жизнь. Практико-ориентированный формат обучения, обеспечивает высокую вовлеченность обучающихся в процесс решения практических заданий.

В рамках программы, обучающиеся разрабатывают дорожную карту улучшения позиции собственной организации в рейтинге медийной активности.

5.3. Формы аттестации

Промежуточная аттестация.

Итоговая аттестация – зачет.

6. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Наименование Модулей	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, ак. час (трудоемкость для обучающихся)						
	Общая трудоемк ость, час.	в том числе:				Компетенции, закрепленные за модулем	Оценка результатов освоения
		ЛК ¹	ПР ²	СР ³	Текущий контроль		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
Модуль 1. Особенности восприятия информации в РФ и мире: тенденции и тренды	5,2	4	-	1	0,2	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-10	Текущий контроль
Модуль 2. Цифровой след университета	4,2	3	-	1	0,2	УК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-7, ПК-25	Текущий контроль
Модуль 3. Как повысить качество сайта университета	7,2	3	3	1	0,2	УК-1, ОПК-4, ОПК-6, ОПК-10, ПК-7, ПК-33, ПК-35, ПК-36	Промежуточная аттестация
Модуль 4. Дорожная карта улучшений позиций в M-Rate и рейтинге BrandAnalytics	8,2	2	5	1	0,2	УК-2, ОПК-4, ПК-2, ПК-6, ПК-9, ПК-10, ПК-25	Текущий контроль
Модуль 5. Медиа-стратегия вуза	7,2	6	-	1	0,2	УК-1, УК-2, ПК-6, ПК-8	Текущий контроль
Промежуточная аттестация	2						Зачет
Итоговая аттестация	2						Зачет
Всего	36	18	8	5	1		

¹ Лекции

² Практическая работа

³ Самостоятельная работа

7. РАБОЧИЕ УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)

Модуль 1. Особенности восприятия информации в РФ и мире: тенденции и тренды

Лекции по модулю

1.1. Целевые аудитории. Как привлечь их внимание?

Особенности современного медиа пространства, ключевые тренды потребления контента, каналы коммуникации с целевыми аудиториями и инструменты для привлечения и удержания их внимания. Рассмотрение успешных кейсов. (2 ак. часа)

1.2. Медиа компетенции вуза

Механизмы и инструменты привлечения внимания аудиторий к образовательным, научным и инновационным продуктам университета. (2 ак. часа)

Самостоятельная работа

Изучение теоретического материала в виде презентаций, а также рекомендованной литературы и Интернет ресурсов. Самоконтроль. (1 ак. час)

Модуль 2. Цифровой след университета

Лекции по модулю

2.1. Анализ цифрового следа университета

Базовые принципы и ресурсы медиааналитики. Инструменты медиааналитики: анализ аудитории сайта и социальных сетей организации. Особенности определения аудиторных показателей: характеристики визитов, источники аудитории, переходы. Анализ упоминаемости организации в СМИ и социальных сетях. (2 ак. часа)

2.2. Университетские рейтинги, рейтинги медиаактивности

Современные подходы в университетском рейтинговании. Обзор университетских рейтингов и рейтингов/мониторингов медийной активности. Обзор рейтингов медиаактивности Минобрнауки России (M-Rate) и BrandAnalytics. Ключевые показатели и возможности влияния на них информационного контента университета. Мониторинг результативности реализации медиастратегий МИА «Россия сегодня». (1 ак. час)

Самостоятельная работа

Изучение теоретического материала в виде презентаций, а также рекомендованной литературы и Интернет ресурсов. Самоконтроль. (1 ак. час)

Модуль 3. Как повысить качество сайта университета

Лекции по модулю

3.1. Качественный сайт. Как это работает?

Принципы индексации сайтов в сети Интернет. Поисковый запрос и позиция сайта в поисковой выдаче. Влияние качественных характеристик сайта на ранжирование поисковой системой. (1 ак. час)

3.2. Подходы к практической модернизации сайта

Системы сбора статистики, особенности сбора данных. Экспресс-анализ сайта организации на предмет поисковой оптимизации и ключевые правила мета-описания страниц. (1 ак. час)

3.3. Контент сайта вуза: почему читают конкурентов?

Рассмотрение успешных и провальных кейсов организаций по контентному наполнению сайта. Повышение эффективности сайта. (1 ак. час)

Самостоятельная работа

Изучение теоретического материала в виде презентаций, а также рекомендованной литературы и Интернет ресурсов. Самоконтроль. (1 ак. час)

Практическое задание

Анализ присутствия в информационном поле собственной организации. Работа с целевыми аудиториями. Проведение анализа быстродействия сайта организации, адаптивности, анализ динамики трафика сайта и оптимизации, экспресс тест. Анализ упоминаемости организации в российских и международных СМИ. Проведите SWOT-анализа коммуникационной ситуации собственной организации. Формулирование выводов. (4 ак. час)

Модуль 4. Дорожная карта улучшений позиций в M-Rate и рейтинге BrandAnalytics

Лекции по модулю

5.1. Проектирование дорожной карты

Исходная ситуация и целеполагание. Практические рекомендации по проектированию дорожной карты улучшений позиций организации в рейтинге медийной активности. (2 ак. часа)

Самостоятельная работа

Изучение теоретического материала в виде презентаций, а также рекомендованной литературы и Интернет ресурсов. (1 ак. час)

Модуль 5. Медиа-стратегия вуза

Лекции по модулю

4.1. Что такое медиа-стратегия и нужна ли она?

Место медиа-стратегии в системе программных документов университета. Как работает медиа-стратегии в университетах? (2 ак. часа)

4.2. Как создать эффективную медиа-стратегию

Обзор инструментов кабинетных исследований и экспертных интервью. SWOT-анализ внешних и внутренних сторон организации. Формулирование стратегических и частных целей. Коммуникационная матрица. (2 ак. часа)

Самостоятельная работа

Изучение теоретического материала в виде презентаций, а также рекомендованной литературы и Интернет ресурсов. Самоконтроль. (1 ак. час)

8. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Таблица 3. Календарный учебный график.

№	Наименование модуля	Учебные недели			Общее кол-во ак. час.
		1	2	3	
1.	Особенности восприятия информации в РФ и мире: тенденции и тренды	5,2			5,2
2.	Цифровой след университета	4,2			4,2
3.	Как повысить качество сайта университета	7,2			7,2
4.	Дорожная карта улучшений позиций в M-Rate и рейтинге BrandAnalytics		6,2	2	8,2
5.	Медиа-стратегия вуза		7,2		7,2
	<i>Промежуточная аттестация</i>		2		2
	<i>Итоговая аттестация</i>			2	2
	Итого в неделю:	16,6	15,4	4	36

Календарный учебный график и учебный план программы повышения квалификации могут варьироваться. При необходимости для обучающихся выстраивается индивидуальный образовательный маршрут.

9. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

9.1. Требования к квалификации педагогических кадров, предприятий и организаций, обеспечивающих реализацию образовательного процесса

Образовательный процесс по модулям обеспечивается педагогическими кадрами, соответствующим требованиям к квалификации педагогических работников Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих (раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования»), утвержденного приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 26 августа 2010 № 761н.

Преподавательский состав должен формироваться исходя из того, чтобы обеспечить освоение обучающимися компетенций, положенных в основу программы.

9.2. Требования к материально-техническим условиям реализации образовательного процесса

Программа реализуется в дистанционном формате на базе системы дистанционного обучения Canvas the Learning Management Platform — специализированная образовательная платформа для электронного обучения, обеспечивающая проведение в дистанционном формате лекций, аттестационных мероприятий, методическую поддержку учебных групп и управление образовательными материалами.

В системе размещены все необходимые учебно-методические и библиографические материалы, задания, шаблоны и средства оценивания результатов обучения. Запланированные программой лекции, материалы для практической работы, промежуточная и итоговая аттестация.

Интерактивные занятия, онлайн-встречи и коллективные групповые онлайн занятия с возможностью очного общения реализованы посредством инструмента Zoom Video Communications.

Консультационное сопровождение обучающихся, осуществляется посредством открытого обсуждения и/или закрытого личного чата, встроенных в систему дистанционного обучения. Для оперативности обмена информацией между преподавателем и обучающимися программы осуществляется рассылка на электронную почту.

Рабочие места должны содержать оборудование необходимое для оперативной связи со обучающимися (телефон, доступ в Интернет, электронная почта, zoom, skype и/или WhatsApp Web и/или Telegram Web, комплект программного обеспечения для подготовки материалов для дистанционного и электронного обучения).

9.3. Требования к материально-техническим условиям обучающегося:

Рабочее место должно быть оборудовано персональным компьютером или ноутбуком с предустановленным программным обеспечением и выходом в Интернет.

Минимальные требования к оборудованию*:

- процессор Intel Core i3 6-го поколения или аналогичный;
- оперативная память 4 Гб и выше;
- операционная система Windows, Mac, Linux;
- разрешение экрана 1024x768;
- интернет соединение не менее 1 Мбит/сек;
- наушники или колонки (для просмотра и прослушивания видеолекций);
- гарнитура или подключаемый спикерфон;
- веб-камера (для видео диалога).

Программное обеспечение:

- интернет браузер (Firefox версии не ниже 75, Google Chrome версии не ниже 80, Microsoft Edge версии не ниже 80, Safari версии не ниже 12);
- Adobe Flash Player 12+;
- пакет офисных программ Microsoft Office, из которых должны быть обязательно установлены Word, Excel и Power Point. В качестве альтернативы может использоваться свободное программное обеспечение;
- программа для просмотра файлов .pdf формата Adobe Acrobat или альтернативная ей, поддерживающая данный формат.

На информационном портале представлена информация о реализации данного вида деятельности (направленность программы, требования к ее прохождению, дидактическое сопровождение, контрольно-диагностический инструментарий).

Обучающимся предоставлен доступ к информационным и образовательным ресурсам (презентациям лекций, методической и исследовательской литературы, библиографическим материалам, шаблонам для выполнения практических заданий,

статистическим и аналитическим данным, необходимым для выполнения заданий и самостоятельной работы).

10. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

10.1. Описание процедур оценки качества результатов освоения дополнительной профессиональной программы

Оценка качества освоения программы осуществляется по результатам промежуточной и итоговой аттестации на основании демонстрируемых обучающимися знаний, умений и полученного ими опыта практической деятельности.

Процедура оценки качества освоения программы предусматривает выполнение практических заданий в рамках промежуточной и итоговой аттестации.

Для оценки знаний, умений и навыков, обучающихся используется рейтинговая система оценки. Общее количество баллов определяется в зависимости от суммы общего количества баллов по итогам прохождения оценочных заданий.

Самоконтроль успеваемости предусматривает самостоятельную проверку полученных знаний отдельных модулей программы в соответствии с учебно-тематическим планом программы.

Промежуточная аттестация проводится с использованием специализированной образовательной платформы для электронного обучения и предусматривает проверку знаний после завершения изучения соответствующих модулей программы и предусматривает проверку знаний в процессе обучения на основе оценивания результатов выполнения индивидуального практического задания обучающимся.

Сведения о наличии выполнения практического задания автоматически заносятся в электронный журнал, а также фиксируется посещение обучающимся занятий в журнал учета посещаемости и успеваемости.

Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся по результатам выполнения каждого практического задания соответствует 5 баллам. При этом учитывается, анализ соответствия результатов требованиям конкретной задачи, прилежание обучающегося, умение применять полученные знания для решения конкретных профессиональных задач и активность работы обучающегося на групповых онлайн занятиях. Результаты практического задания, используются в качестве материала для подготовки итоговой работы.

Обучающиеся, успешно прошедшую промежуточную аттестацию допускаются до итоговой аттестации.

Итоговая аттестация предусматривает оценку степени, уровня и качества освоения обучающимися после прохождения всех модулей программы, в соответствии с заявленными целями и планируемыми результатам обучения и успешного прохождения промежуточной аттестации и проводится в форме защиты индивидуальной или групповой итоговой работы.

Результатом итоговой аттестации обучающиеся должны сдать зачет в виде выполнения итоговой работы в формате презентации дорожной карты улучшений позиций организации в рейтинге медиаактивности.

10.2. Методические материалы к выполнению итоговой работы

Работа должна основываться на результатах проведенного практического задания программы и содержать: характеристику организации с точки зрения её задач и целевых KPI, SWOT – анализ коммуникационной ситуации организации и основные предлагаемые направления совершенствования присутствия организации в информационном пространстве, сводный план с учётом онлайн пространства, а также административных улучшений, дорожную карту, содержащую в себе контрольные события и общий обзор ожидаемых результатов. Приложение 1. Образец примерной структуры итоговой работы.

В ходе итоговой аттестаций обучающийся демонстрирует следующие компетенции:

- знание особенностей информационного поля, проводить анализ актуальных тенденций на глобальном, национальном и региональном уровнях, умение проводить анализ конкурентной среды,
- умение определять целевую аудиторию, выявлять данные о потребностях общества, интересах аудитории и использовать результаты анализа при разработке коммуникационной и медиа-стратегии;
- умение применять программное обеспечение и работать с информационными источниками, базами данных, университетскими рейтингами и рейтингами медийной активности, инструментами оценки и анализа сайта, проводить анализ упоминаемости в СМИ и социальных медиа,
- умение проводить комплексную оценку и критический анализ, владеть методами системного подхода, прогнозировать динамику и отражать связи в аналитических текстах применять системный подход для решения поставленных задач,

— проектировать коммуникационную и медиа-стратегию, формулировать стратегические и частые цели, задачи, определять сроки, целевые этапы и основные направления работ,

— умение логично, связно и полно выражать свои мысли, делать выводы и формулировать рекомендации.

Формат итоговой работы представляется собой презентацию, отражающую информацию о достигнутых обучающимися результатов освоения программы. Работа выполняется на компьютере с использованием программного обеспечения Microsoft Office или Adobe Acrobat, или иного свободного программного обеспечения, поддерживающего презентационный формат файлов и представляется в электронном виде с использованием системы дистанционного обучения. Работа структурирована в соответствии с образцом (*Приложение 1*). Результаты оцениваются на основании защиты итоговой работы, содержания ответов и применимости полученных знаний в профессиональной деятельности.

Зачет оценивается по бинарной системе: «зачтено» (достаточный уровень освоения компетенций), «не зачтено» (базовый уровень компетенций не сформирован).

Оценка «зачтено» ставится, по итогам защиты итоговой работы, в случае, если работа содержательно и выполнена в соответствии с ключевыми блоками образовательной программы, в ходе защиты обучающимся четко представлены основные теоретические понятия, проявлена хорошая осведомленность, использованы различные методы анализа, в заключении сформулированы развернутые, самостоятельные выводы, представлено грамотное оформление, содержание работы компетентно и убедительно изложено в выступлении на защите, обучающийся уверенно отвечал на вопросы, обучающийся проявил знания основного программного материала в объеме, необходимом для усвоения дополнительной профессиональной программы повышения квалификации.

Оценка «не зачтено» выставляется, в случае отсутствия итоговой работы, обучающийся получил неудовлетворительные результаты в учебной деятельности, не участвовал в других видах деятельности.

Обучающиеся, не прошедшие итоговую аттестацию или получившие неудовлетворительные результаты, вправе пройти итоговую аттестацию повторно в сроки, определяемые самостоятельно организацией по соответствующей образовательной программе.

Аттестация считается успешно пройденной, если обучающийся продемонстрировал достаточный уровень освоения теоретического и практического материала и презентовал портфолио.

Обучающимся, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу повышения квалификации и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

11. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНТЕРНЕТ РЕСУРСОВ

11.1. Основная литература

- Бажанов Р.М., Основные показатели инструментов веб-аналитики как основа для проведения веб-анализа, Альманах современной науки и образования / 2014. № 7 (85). – 27-30 с. – Режим доступа: <https://www.gramota.net/materials/1/2014/7/6.html>
- Або-Рашед К., Использование инструментов веб-аналитики для улучшения посещаемости сайта Научный результат. Информационные технологии / 2020. Т. 5. № 2. – 32-37 с. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-instrumentov-vebanalitiki-dlya-uluchsheniya-poseshaemosti-sayta/viewer>
- Павлов А.В. Васюнин Д.И. Некоторые особенности внутренней и внешней SEO-оптимизации сайта. Труды международного симпозиума "Надежность и качество" / 2018. Т. 1. – 268-271 с. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-osobennosti-vnutrenney-i-vneshney-seo-optimizatsii-sayta/viewer>
- Михеенкова Т.А., Морозова К.В., Лобачева А.С., Управление цифровым следом как эффективный инструмент формирования позитивного имиджа университета Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России / 2021. Т. 10. № 2. – 51-54. с. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-tsifrovym-sledom-kak-effektivnyy-instrument-formirovaniya-pozitivnogo-imidzha-universiteta>
- Яковлев А.А., Эффективность интернет маркетинга. С чего начинать, Журнал «Практический маркетинг» / 2008. № 6 (136). – 22-27 с. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-internetmarketinga-s-chego-nachinat/viewer>
- Пак Е.Д., Использование технологий веб-аналитики в маркетинговой стратегии / StudNet. 2020. Т. 3. № 9. – 963-970 с. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-tehnologiy-veb-analitiki-v-marketingivoy-strategii/viewer>
- Журнал «Практический маркетинг» / 2017. № 1 (239). – 3-12 с. – Режим доступа: http://www.bci-marketing.ru/2017/pm17_01.pdf

11.2. Дополнительные Интернет-источники и полезные ресурсы

- Дарт Д., Яндекс Метрика. Полный гайд / 148 с. – Режим доступа: <https://finishhim.ru/metrikabook>
- Осипенков Я., Google analytics для googlyat / Москва, 2018. – 580 с. – Режим доступа: https://graphanalytics.ru/Google_Analytics_dlya_googlyat_2018.pdf
- Чумиков А.Н., Кейсы и деловые игры по связям с общественностью / Москва, 2010. – 150 с. – Режим доступа:

https://viewer.rusneb.ru/ru/000199_000009_02000006649?page=1&rotate=0&theme=white

- Как мы просканировали весь интернет и что мы узнали [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://habr.com/ru/post/413739/>
- История развития поисковых алгоритмов Яндекса до 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://blog.promopult.ru/seo/istoriya-razvitiya-poiskovyh-algoritmov-yandeksa-do-2020-goda.html>
- Виды частотностей поисковых запросов или почему позиция по однословнику не гарантирует получение трафика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.rush-agency.ru/blog/article/vidy-chastotnostej-poiskovyh-zaprosov-ili-pochemu-poziciya-po-odnoslovniku-ne-garantiruet-poluchenie-trafika/>
- Исследование Яндекс Драйв [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://yandex.ru/company/researches/2021/drive>

Интернет ресурсы исследованию медиа-рынка, Рунета, медиа-потребления, аудиторий

- Исследование публикационной и изобретательской активности российских университетов. Аналитического центра «Эксперт». Таблицы рейтинга российских университетов 2020. Москва, 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://expert-ural.com/analytics/ratings/rejting-publikacionnoj-i-izobretatelskoj-aktivnost.html>
- Исследование публикационной и изобретательской активности российских университетов. Аналитического центра «Эксперт». Таблицы рейтинга российских университетов 2021. Москва, 2021. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://acexpert.ru/publications/rating/rejting-publikacionnoj-i-izobretatelskoj-aktivnost-1>
- Результаты исследования «Современные методы продвижения информации: исследование сайтов 75 российских вузов» Благотворительного фонда Владимира Потанина, Москва, 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://fondpotanin.ru/library/analytics/sovremennye-metody-prodvizheniya-informatsii-rezultaty-issledovaniya/>
- Исследования Института общественного мнения ИОМ года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://iom.anketolog.ru>
- Результаты исследований общественного мнения ВЦИОМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://wciom.ru/>
- Исследования Фонда Общественное Мнение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fom.ru/SMI-i-internet>
- Исследования российской компании «Технологии Доверия», ранее бывшая часть международной сети PwC [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tedo.ru/>
- Исследования EY [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ey.com/ru_ru
- Исследования российской компании «Деловые Решения и Технологии», ранее входившая в международную сеть «Deloitte» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://delret.ru/>

Интернет ресурсы с инструментами оценки сайта

- Сайт инструментов ThinkWithGoogle глобального поискового ресурса Google [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.thinkwithgoogle.com>

- Сайт инструмента тестирования сайтов для мобильных устройств глобального поискового ресурса Google [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/feature/testmysite>
- Сайт инструмента тестирования сайтов для мобильных устройств глобального поискового ресурса PageSpeed Insights [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://pagespeed.web.dev/>
- Сервис Вебмастер от Яндекс для оценки результатов индексации сайта, диагностики ошибок и отслеживания полной статистики поисковых запросов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://webmaster.yandex.ru/welcome/>
- Сайт ресурса SimilarWeb аудиторного анализа и продвижения сайтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.similarweb.com>
- Сайт ресурса PR CY аудиторного анализа сайтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://pr-cy.ru/>
- Сервис для оценки посещаемости веб-сайтов и анализа поведения пользователей Яндекс Метрика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://metrika.yandex.ru/>

Интернет ресурсы для анализа упоминаемости в СМИ

- Сайт портала медиааналитики Медиалогия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.mlg.ru>
- Сайт портала медиааналитики Brand Analytics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://br-analytics.ru>
- Сервис портала LexisNexis [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.lexisnexis.ru/>
- Сервис портала Factiva [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.dowjones.com/>
- Яндекс.Новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://yandex.ru/news>
- ГуглНовости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://news.google.com/>
- Сервис медиаприсутствия Google Alerts [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.google.ru/alerts>

Интернет ресурсы для анализа социальных сетей

- Сайт портала медиааналитики Медиалогия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.mlg.ru>
- Сайт портала медиааналитики Brand Analytics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://br-analytics.ru>
- Сервис портала LexisNexis [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.lexisnexis.ru/>
- Сервис для мониторинга социальных медиа IQBuzz [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://iqbuzz.pro/>
- Система мониторинга СМИ и социальных сетей ПрессИндекс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://pressindex.ru/>
- Система мониторинга социальных медиа и СМИ BabKEE [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.babkee.ru/>

Интернет ресурсы университетских рейтингов

- Сайт международного университетского рейтингового агентства ARWU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.shanghairanking.com>
- Сайт международный рейтинг центра по оценке университетов CWUR [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cwur.org/>
- Система рейтинга мировых университетов WEBOMETRICS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.webometrics.info/>
- Сайт международного университетского рейтингового агентства QS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.topuniversities.com>
- Сайт международного университетского рейтингового агентства THE [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.timeshighereducation.com>
- Сайт портала библиографической базы РИНЦ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.elibrary.ru>
- Сайт портала международного ренкинга научных журналов SCImago [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.scimagojr.com>
- Сайт портала Altmetric учёта параметров альтметрики публикаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.altmetric.com>
- Сайт индекса публикационной активности, упоминаний и альтметрик Nature Index [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.natureindex.com>

Интернет ресурсы рейтингов медиаактивности

- M-Rate МОН РФ – Режим доступа: URL: <https://www.altmetric.com>
- Медиаиндекс МИА «Россия сегодня» *(по запросу)*
- Медиалогия (малая выборка) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.mlg.ru/ratings/society/education/>

Интернет ресурсы SEO инструментов

- Сервис для оценки пользовательского интереса к конкретным тематикам Яндекс Вордстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://wordstat.yandex.ru/>
- Сайт инструмента анализа трендов глобального поискового ресурса Google [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://trends.google.com/trends/>
- Ресурс для анализа скорости загрузки сайта PageSpeed Insights [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://pagespeed.web.dev/>
- Ресурс для проверки адаптивности под популярные мобильные устройства и операционные системы I love adaptive [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://iloveadaptive.com/ru/>
- Ресурс для экспресс аналитики Smart SEO Auditor [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://smart-seo-tool.com/>

Образец примерной структуры итоговой работы.

1.	Название организации. ФИО.
2.	Целевые KPI по присутствию в информационном поле. Вузы-бенчмарки.
3.	SWOT – анализ коммуникационной ситуации организации.
4.	Направления совершенствования присутствия организации в информационном пространстве, базируясь на результатах SWOT- анализа.
5.	Сводный план работ по решению поставленных задач.
6.	Дорожная карта.