

АННОТАЦИЯ

дополнительной профессиональной программы повышения квалификации

«Университет в информационном пространстве: как стать лучше конкурентов»

Цель программы: 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.

Перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения программы:

Универсальные компетенции:

- способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Общепрофессиональные компетенции:

- способность планировать, организовать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиа-текстов, медиа-продуктов, коммуникационных продуктов;
- способность анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиа-тексты, медиа-продукты, коммуникационные продукты;
- способность принятия профессиональных решений, анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;
- способность оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности;
- способность воспринимать тексты медиа с точки зрения их перформативности, семантики и смысла, и идентификации возможных манипуляций в различных их формах.

Профессиональные компетенции:

- способность использовать методы, методики и приемы для презентации результатов проектно-аналитических, научно-исследовательских, аналитических, экспертно-консультационных задач;

— 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;

— способность описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат экономической науки для решения менеджеральных задач в области медиабизнеса;

— 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;

— способность разрабатывать научный инструментарий исследования (выборка, вопросники, гайды);

— способность прогнозировать предпочтения медийной аудитории и развитие медиарынка;

— 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;

— способность анализировать медиарынки и проводить диагностику внутренних систем медиа предприятий;

— 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;

— способность взаимодействовать с аудиторией с использованием современных форм сетевой коммуникации: блогов, социальных сетей;

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

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.

Программа реализуется полностью в дистанционном формате на базе специализированной системы дистанционного обучения, обеспечивающей методическую поддержку, управление образовательными материалами и аттестационными мероприятиями. Лекции проводятся в дистанционном формате.

Структура программы

№	Наименование модуля
1	Модуль 1. Особенности восприятия информации в РФ и мире: тенденции и тренды
2	Модуль 2. Цифровой след университета
3	Модуль 3. Как повысить качество сайта университета
4	Модуль 4. Дорожная карта улучшений позиций в M-Rate и рейтинге BrandAnalytics
5	Модуль 5. Медиа-стратегия вуза

Нормативный срок освоения программы: 36 академических часов.

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

Категория слушателей: специалисты медиа-центров и пресс-служб, служб маркетинга, департаментов по международному развитию, специалистов, отвечающих за приемную кампанию, а также медиа-менеджмент университета.

Требования к уровню образования, квалификации, наличию опыта профессиональной деятельности поступающих для обучения по программе: лица, имеющие высшее образование 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.

Документ, выдаваемый по результатам успешного освоения программы: обучающимся, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу повышения квалификации и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.