

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Кафедра менеджмента

**АННОТАЦИЯ МОДУЛЯ
междисциплинарного типа**

Б1.В.04 Модуль 1

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в публичной и частной
сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора - 2022

Новосибирск, 2022 г.

Авторы – составители:

доцент кафедры менеджмента
доцент кафедры менеджмента
преподаватель кафедры менеджмента
доцент кафедры менеджмента
заведующий кафедрой менеджмента
доцент кафедры менеджмента

Белая Елена Александровна
Бондаренко Ирина Викторовна
Иванова Марина Владимировна
Матюнин Владимир Михайлович
Симагина Ольга Владимировна
Филиппов Дмитрий Викторович

Цель освоения дисциплины:

Сформировать у студентов компетенции

УК ОС-2 Способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений

УК ОС-9 Способен использовать основы экономических знаний для принятия экономически обоснованных решений в различных сферах деятельности

ПКс-1 Способность создавать и редактировать контент информационных ресурсов.

План курса:

Содержание дисциплины Б1.В.04.01 Интернет-маркетинг

Тема 1. Роль Интернет-маркетинга в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций

Интернет как новая информационная среда. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. Электронный бизнес и электронная коммерция. Виртуальное маркетинговое пространство и Интернет-технологии в маркетинге. Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.

Тема 2. Система маркетинга на основе сайте организации

Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта. Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Методика повышения качества лидов. Создание и оптимизация сайта. Планирование сайта. Реализация сайта. Привлечение пользователей на сайт. Основные понятия SEO. Алгоритмы работы поисковых систем. Разработка SEO сайта. Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация.

Тема 3. Интернет-реклама

Виды рекламных кампаний. Задачи и критерии достижения результата: продающая рекламная кампания, информационная и имиджевая. Модель типов рекламных кампаний. Принцип работы контекстной рекламы. Виды таргетингов. Этапы запуска контекстной рекламы. Ретаргетинг. Медийная реклама: виды площадок. Медиабаинг. Таргетированная реклама. Технологии баннерной рекламы.

Тема 4. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа

Виды социальных сетей и блог-платформ. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений. Принципы работы инструментов и аналитика.

Тема 5 E-mail маркетинг.

Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем. Тренды современного E-mail маркетинга. Стратегия сегментации. Экономическая эффективность массовых рассылок. Получатели спам рассылок и их списки. Способы получения спам листа.

Тема 6 Оценка эффективности Интернет-маркетинга

Задачи и возможности веб-аналитики. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики. Виды способов сбора данных. Настройка целей и анализ конверсий.

Использование Google Analytics для анализа эффективности рекламных кампаний. Карта кликов от Яндекс.Метрики.

Содержание дисциплины Б1.В.04.02 Аудиовизуальное искусство в современных медиа

Тема 1. Понятие аудио-визуальных искусств.

Эстетические критерии художественной выразительности аудио-визуального творчества. Формирование и развитие средств выразительности. Современные средства выразительности.

Такие аспекты искусства как: 1) взаимовлияние художественно творческой и технологической составляющих; 2) эстетико-психологический аспект, затрагивающий проблему восприятия художественно-выразительных средств, свойственных лишь аудио-визуальному искусству. Изобразительные возможности аудиовизуального искусства. Отличие образов от литературы. Особенность выразительных средств экрана от образов кино.

Тема 2. Психология восприятия видео-контента.

Влияние различных элементов на сознание и подсознание. Психология восприятия. Значение геометрических фигур в композиции. Природа художественной информации, понятие и элементы художественного текста. Монтаж как метод, средство и набор приемов структурирования художественной информации. Драматургия кадра. Изобразительный конфликт. Виды перспективы и ее роль (линейная, воздушная, обратная). Жанр и стиль кинофильма. Художественный (игровой) кинофильм. Изобразительная композиция художественного фильма.

Тема 3. Понятие о постановке света.

Свет как выразительное средство режиссуры. Характер света (мягкий - жесткий, светотеневой - светотональный, плоский - объемный). Виды света (рисующий, заполняющий, фоновый, моделирующий). Основные схемы постановки света. Вид и характер освещения. Виды осветительных приборов и аксессуаров. Работа со светом в павильоне. Архитектоника киноосвещения. Светотональная характеристика места, времени и обстановки действия. Работа со светом в интерьерах.

Тема 4. Понятие о звуковом решении фильма.

Использование музыки в немом кино; речь, шумы, музыка как выразительные элементы образного языка звукового фильма. Музыка в системе художественной выразительности экранного творчества. Звукозрительный экранный образ; способы сочетаний звука и изображения. Звукорежиссер как участник коллективного процесса создания фильма; звуковая экспликация фильма; творческие аспекты деятельности звукорежиссера. Синхронная запись актерских сцен; озвучивание; запись музыки и шумов. Звуковой монтаж фонограммы. Перезапись фильма и изготовление сходных материалов.

Тема 5. Основы композиции

Средства создания изображения в кино (Кадр, План, Композиция кадра, Организация предкамерного пространства; мизансцена и мизанкадр. Ракурс, Свет-тень, Цвет, Движение камеры). Создание визуального образа. Как передать идею пластически. Предметы и детали в кино, их роль. Виды деталей, их функция (показ целого через часть, деталь-символ, деталь-метафора, деталь-фабула, деталь психологическая). Основы композиции (на примере живописи, фотографий и кадров из фильмов). Типы композиции (открытая, закрытая, симметричная, асимметричная, устойчивая-неустойчивая). Значение цвета в композиции. Режиссерское решение пространства. Анимированный предмет (теория Луи Деллюка на примере фильма «Сталкер»). Определение типа композиции по картинам и кадрам из фильмов. Съемка.

Тема 6. Режиссура игрового кинофильма (ролика)

Режиссура как соподчинение компонентов содержательной формы создаваемого кинофильма и как руководство коллективным творческим процессом. В чем заключается профессия режиссера кино. Место режиссера в кинопроизводстве. Сходство и различие театральной и кинорежиссуры. Постановочная работа режиссера. Литературный и постановочный сценарий; режиссерская экспликация. Практическая режиссура: анализ драматургического материала, формирование и воплощение режиссерского замысла. Основные этапы его реализации. Профессиональная этика режиссера

Тема 7. Изобразительная монтажная конструкция кинофильма

Кадр — съемочная, постановочная и монтажная единица фильма. Основные кино изобразительные формы кадров и их назначение в монтажной конструкции сцен и эпизодов кинофильма. Композиция кадра при постановочной съемке. Композиция кадра как основная художественно-творческая работа кинооператора. Кино изобразительный стиль фильма. Понятие о мастерстве художника фильма

Тема 8. Работа художника

Место и роль художника-постановщика в создании фильма; искусство художника кино и традиции живописи, графики, скульптуры. Работа художника-постановщика с режиссёром: изобразительная экспликация; эскизы декораций; раскадровка; выбор мест натуральных съёмок и декораций на натуре; организация мизансценического пространства. Рабочая команда художника-постановщика: художники-декораторы, их функции и выразительные средства; функции ассистента по реквизиту, реквизитора. Художник по костюмам и художник-гримёр, место и роль художника по костюмам в изобразительном решении современного фильма, взаимодействие режиссёра и художника по костюмам в процессе подготовки и съёмки кино, этапы работы над костюмом: изучение материала; работа над эскизами — поиск образа, создание единого образного целого; выбор тканей; кройка, шитьё костюмов для главных персонажей с учётом особенности кроя исторического и национального костюма; дополнение к костюму - забота художника; подбор костюмов для персонажей «второго плана». Гримёр в кино: что обязан знать, уметь, за что отвечает, что делает на каждом этапе производства фильма, инструменты гримёра, технология создания грима.

Тема 9. Рынок современных медиа

Художественное и корпоративное видеопроизводство в России: развитие, текущее состояние, перспективы

Художественное корпоративное кино в России и Сибири: краткая история, развитие и тенденции. Как корпоративное кино перестало быть привилегией крупных корпораций и стало доступно широкому кругу компаний. Текущие особенности и прогнозы. Ключевые игроки рынка. Жанры корпоративного кино: отчётные, рекламные ролики. Презентационное, имиджевое, обучающее видео. Трейлеры, социальное видео, документалистика в корпоративном кино. Отличия каждого формата и жанра, уместность применения и особенности создания.

Содержание дисциплины Б1.В.04.03 Логика

Раздел 1. Основы логики и способы решения логических задач

Тема 1.1. Введение в логику. Предмет и значение логики

Мышление как предмет изучения логики. Чувственное познание и абстрактное мышление. Особенности абстрактного мышления. Роль языка в познании. Логика как наука о законах и формах правильного мышления. Понятие логической формы. Содержание и логическая структура мысли. Истинность мысли и формальная правильность рассуждений. Основные формы мышления: понятие, суждение, умозаключение. Понятие логического закона. Возникновение логики как науки.

Тема 1.2. Законы алгебры логики (булевой алгебры)

Введение элементов математической логики. Вывод и доказательство законов и правил булевой алгебры, построение таблиц истинности, составление и упрощение логических выражений.

Тема 1.3. Способы формализации логических задач и процесса их решения

Логическая задача и ее особенности. Необходимость формализации логических задач. Алгебраический способ формализации задач. Формализация задач табличным методом. Формализация задач с помощью графов.

Тема 1.4. Логика в решении задач

Метод рассуждений. Табличный метод. Метод трехмерных таблиц. Метод таблиц истинности. Решение логических задач с помощью кругов Эйлера. Решение задач на переливание. Метод бильярда. Решение задач с помощью графов. Решение задач с помощью алгебры логики. Задачи о лжецах и рыцарях. Нестандартные задачи.

Тема 1.5. Софизмы и логические парадоксы

Паралогизмы и софистические рассуждения. Виды софизмов. Примеры известных софизмов. Способы нахождения ошибок в софизмах. Понятие логического парадокса. и их виды. Парадокс лжеца. Парадокс Эватла. Парадоксы неточных понятий.

Раздел 2. Решение задач в классической логике

Тема 2.1. Основные формально-логические законы. Типовые задачи

Основные черты правильного мышления: определенность, последовательность, непротиворечивость и доказательность. Значение основных законов (принципов) логики для правильного мышления. Закон тождества. Закон противоречия. Закон исключенного третьего. Закон достаточного основания. Решение задач по теме «Основные формально-логические законы».

Тема 2.2. Логика понятий. Типовые задачи

Понятие как форма мышления. Содержание и объем понятия. Закон обратного отношения между объемом и содержанием понятия. Виды понятий. . Круговые схемы Эйлера для выражения отношений между понятиями. Определение понятий, его структура. Требования к определениям. Определение деления, его структура. Требование к делению. Решение задач по теме «Логика понятий»

Тема 2.3. Логика суждений. Типовые задачи

Общая характеристика суждения. Простые и сложные суждения. Структура и виды простого категорического суждения. Круговые схемы отношений между терминами в категорических суждениях. Логический квадрат. Сложное суждение и его виды. Образование сложных суждений из простых с помощью логических связок: конъюнкции, дизъюнкции, импликации, эквивалентности. Условия истинности сложных суждений (табличное определение). Решение задач по теме «Логика суждений».

Тема 2.4. Логика умозаключений. Типовые задачи

Общая характеристика умозаключения, его структура: посылки, заключение, логическая связь между посылками и заключением. Понятие логического следования. Выводы из категорических суждений. Непосредственные умозаключения: превращение, обращение, противопоставление предикату. Выводы по «логическому квадрату». Простой категорический силлогизм. Состав силлогизма. Фигуры и модусы силлогизма Общие правила силлогизма. Специальные правила фигур. Отбор правильных модусов с помощью круговых схем. Сокращенный силлогизм (энтимема); восстановление силлогизма из энтимемы. Решение задач по теме «Логика умозаключений».

Содержание дисциплины Б1.В.04.04 Создание и обработка цифровых изображений

Раздел 1. Создание цифровых изображений

Тема 1. Фотография

Фотография как ключевой источник цифровых изображений. Форматы цифровых изображений, их свойства – RAW, JPG, TIFF, TGA, PNG, BMP и другие. Цветовые модели цифровых изображений. Ключевые параметры – разрешение, размер, глубина, количество каналов.

Тема 2 Фотоаппаратура

Требования к фотоаппаратуре – виды объективов и матриц. Понятие фокусного расстояния, выдержки. Оцифровка аналоговых изображений, и ее параметры. Технологии оцифровки и их ограничения. Сохранение. Передача, структурирование массивов цифровых изображений. Сжатие цифровых изображений – возможности и ограничения технологии.

Тема 3. Рисование и математические методы создания цифровых изображений.

Нефотографические способы создания изображений – растровая графика, процедурная графика, фрактальная графика. 3D-изображения, рендеринг, композинг. Классы программ для создания цифровых изображений. Признаки цифровых изображений разных видов.

Раздел 2. Обработка цифровых изображений

Тема 4. Цвет в цифровых изображениях

Цветовые модели LAB-color, CMY, CMYK, RGB, BW и Grayscale, их особенности. Области использования различных цветовых моделей. Цвет как свойство контура.

Тема 5 Особенности растровой графики и интерфейс графических программ

Суть растровой графики и ее особенности. Преимущества растровой графики и области ее использования. Ведущие программные пакеты для редактирования растровых изображений: Adobe Photoshop и GIMP, их отличия. WYSIWYG-интерфейс и «оконный» интерфейс. Использование «горячих» клавиш и их настройка. Создание, сохранение, импорт и экспорт растровых изображений, их форматы и свойства.

Тема 6 Инструменты создания графических объектов и текста

Кисти и их свойства – форма, размер, область растушевки. Заливка и ее виды. Выделение области редактирования. Сохранение и модификация области выделения. «Карандаш», «Аэрограф» как специфические виды кистей. Сохранение и загрузка пресетов кистей. Создание и редактирование текста в растровых изображениях. Растрирование и закрепление текстов, использование эффектов.

Тема 7. От цифры к реальности.

Допечатная подготовка цифровых изображений – верстка, цветоделение. Технологии полиграфической печати – плюсы, минусы и ниши различных технологий. Финансовые и организационные ниши технологий печати. Непечатные способы вывода изображений – плоттерная резка, шелкография, термopечать, другие технологии

Курс носит практический характер, для аттестации студенты должны выполнить не меньше 80% домашних заданий.

Содержание дисциплины Б1.В.04.ДВ.01.01 Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты

Тема 1- Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные

Общий обзор методов и технологий искусственного интеллекта. Далее в следующих видео я расскажу про машинное обучение, про гибридную парадигму построения искусственных интеллектуальных систем, про то, где можно использовать искусственный интеллект уже сегодня, про его применение в различных сферах жизни, а в последней лекции мы изучим некоторые мифы и факты об искусственном интеллекте.

Тема 2- Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки

Цифровая экономика: обзор базовых понятий, концепций, ключевые составляющие цифровой экономики, ее важность для РФ. Способы реализации. Основные технологии.

Основные цифровые платформы, роль государства: трансформация продаж и услуг в цифровых платформах. Технология 5G: особенности и преимущества использования.

Тема 3. Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные профили

Технологическое лидерство, цифровизация экономики, основные платформы. Большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект. Системы распределенного реестра, квантовые технологии. Промышленный интернет вещей, компоненты робототехники и сенсорики. Технологии виртуальной и дополнительной реальностей.

Тема 4. Как спастись от киберугроз в новую эпоху? Вопросы информационной безопасности

Стандарты в области информационной безопасности. Триада информационной безопасности. Риски информационной безопасности. Развитие систем информационной безопасности. Технические средства защиты. Системы защиты облачных сервисов и электронной почты. Защита дополнительных корпоративных сервисов. Средства защиты системы контроля доступа пользователя. Системы контроля доступа устройств к сети. Репутационные сервисы и SIEM-системы. IT-активы, управление паролями. Рекомендации по личной безопасности в интернете.

Тема 5. Введение в управление цифровой репутацией

Понятие цифровой репутации, управление цифровой репутацией. Правила создания цифровой репутации, выполнение практических заданий по формированию цифровой репутации.

Тема 6. Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций

Экономические процессы, сопровождающие первую и вторую квантовые революции. Понятия волновой и квантовой оптики. Квантовая криптография. Особенности реализации квантового компьютера. Использование квантовой криптографии в цифровой экономике.

Тема 7. Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты).

Понятие блокчейна, их разновидность. Устройство, формирование, реализация технологии блокчейна. Криптовалюта как основное применение блокчейна. Обзор Топ-5 криптовалют по капитализации. Смарт-контракты. Где можно использовать блокчейн уже сегодня.

Тема 8. Виртуальная и дополненная реальность

Обзор возможностей и различий AR и VR-технологий. Использование VR-технологии. Кейсы с использованием AR-технологии. Как создаются VR и AR-проекты. Способы дистрибуции проектов и перспективы развития технологий.

Тема 9. Гибкие методологии управления проектами

Гибкие методологии разработки ПО. Методология Scrum. Экстремальное программирование. Бережливое производство. Методология Канбан.

Тема 10. Как создаются программы и что нужно, чтобы попасть в App Store или Google Play?

Мобильные приложения. Проектирование интерфейсов мобильных приложений. Разработка мобильных приложений. Монетизация и мобильная аналитика. Продвижение мобильных приложений.

Тема 11. Введение в искусственный интеллект

Гибридная парадигма – «прорывная технология» искусственного интеллекта. Архитектура гибридной интеллектуальной системы. Основные элементы: аффекторы, подсистема управления, эффекторы. Агентный подход. Построение рациональных агентов. Получение «роевого интеллекта».

Автоматизация деловых процессов при помощи разговорного интерфейса и чат-ботов. Обработка естественного языка. Чат-боты. Первые разработки в области Искусственного Интеллекта. ELIZA, SHRDLU, PARRY, Jabberwocky, A.L.I.C.E., Siri, Alexa и Cortana. Задачи чат-ботов. Статистические методы распознавания. Применение формулы Байеса к последовательностям символов. Формальный метод. Использование нейронных сетей, нейросетевой подход. Метод семантической свёртки. Современные проблемы для чат-ботов.

Нейросетевая библиотека TensorFlow. Классификация. Функция активации ReLU. Скрытые слои нейронной сети. Наборы данных. Построение минимальной классифицирующей нейронной сети.

Тема 12. Разработка разговорного чат-бота на DialogFlow

Регистрация на DialogFlow. Создание агента и его настройка. Создание чат-бота. Разговорный чат-бот. Интеграция агента DialogFlow с чат-ботом в Telegram. Правила реагирования. Создание, поиск, редактирование. Тестирование чат-бота. Тренировка чат-бота на существующих диалогах. Назначение правил. Создание новых правил.

Тонкие настройки активации правил. Выключение правил. Машинное обучение против гибридной схемы. Расширенные функции в DialogFlow. Ограничения и минусы технологии. Работа с чат-ботами коллег. Написание отчёта о тестировании ботов.

Тема 13. Итоговое задание по чат-боту

Итоговое задание по чат-боту состоит из двух практических частей:

создание, настройка и публикация собственного бота;

оценивание ботов коллег.

Содержание дисциплины Б1.В.04.ДВ.01.02 Цифровое общество и управление цифровой репутацией

Тема 1- Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные

Общий обзор методов и технологий искусственного интеллекта. Далее в следующих видео я расскажу про машинное обучение, про гибридную парадигму построения искусственных интеллектуальных систем, про то, где можно использовать искусственный интеллект уже сегодня, про его применение в различных сферах жизни, а в последней лекции мы изучим некоторые мифы и факты об искусственном интеллекте.

Тема 2- Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки

Цифровая экономика: обзор базовых понятий, концепций, ключевые составляющие цифровой экономики, ее важность для РФ. Способы реализации. Основные технологии.

Основные цифровые платформы, роль государства: трансформация продаж и услуг в цифровых платформах. Технология 5G: особенности и преимущества использования.

Тема 3. Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные профили

Технологическое лидерство, цифровизация экономики, основные платформы. Большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект. Системы распределенного реестра, квантовые технологии. Промышленный интернет вещей, компоненты робототехники и сенсорики. Технологии виртуальной и дополнительной реальностей.

Тема 4. Как спастись от киберугроз в новую эпоху? Вопросы информационной безопасности

Стандарты в области информационной безопасности. Триада информационной безопасности. Риски информационной безопасности. Развитие систем информационной безопасности. Технические средства защиты. Системы защиты облачных сервисов и электронной почты. Защита дополнительных корпоративных сервисов. Средства защиты системы контроля доступа пользователя. Системы контроля доступа устройств к сети. Репутационные сервисы и SIEM-системы. IT-активы, управление паролями. Рекомендации по личной безопасности в интернете.

Тема 5. Введение в управление цифровой репутацией

Понятие цифровой репутации, управление цифровой репутацией. Правила создания цифровой репутации, выполнение практических заданий по формированию цифровой репутации.

Тема 6. Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций

Экономические процессы, сопровождающие первую и вторую квантовые революции. Понятия волновой и квантовой оптики. Квантовая криптография. Особенности реализации квантового компьютера. Использование квантовой криптографии в цифровой экономике.

Тема 7. Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты).

Понятие блокчейна, их разновидность. Устройство, формирование, реализация технологии блокчейна. Криптовалюта как основное применение блокчейна. Обзор Топ-5 криптовалют по капитализации. Смарт-контракты. Где можно использовать блокчейн уже сегодня.

Тема 8. Виртуальная и дополненная реальность

Обзор возможностей и различий AR и VR-технологий. Использование VR-технологии. Кейсы с использованием AR-технологии. Как создаются VR и AR-проекты. Способы дистрибуции проектов и перспективы развития технологий.

Тема 9. Гибкие методологии управления проектами

Гибкие методологии разработки ПО. Методология Scrum. Экстремальное программирование. Бережливое производство. Методология Канбан.

Тема 10. Как создаются программы и что нужно, чтобы попасть в App Store или Google Play?

Мобильные приложения. Проектирование интерфейсов мобильных приложений. Разработка мобильных приложений. Монетизация и мобильная аналитика. Продвижение мобильных приложений.

Тема 11. Что такое цифровая репутация

Понятие «репутация». Репутация человека и репутация объекта или профессии. Кто создает репутацию.

В чем разница между понятиями репутация и цифровая репутация. Сетевой этикет. Определение цифровой репутации. Рекомендации по выполнению практического задания по заполнению первого раздела «Карты цифровой репутации».

Составляющие цифровой репутации. Цифровой след + цифровая тень = цифровое облако.

Как определить хорошую или плохую цифровую репутацию. Это зависит от вашего цифрового окружения. Рекомендации по выполнению практического задания по заполнению второго раздела «Карты цифровой репутации».

Тема 12. Целевая аудитория в сети

Понятие сетевой целевой аудитории. Определение. Универсальная методика по сегментации целевой аудитории в сети 5G. Поиск и анализ текущей аудитории в сети – это точка отсчета для выстраивания стратегии по управлению вашей цифровой репутацией. Рекомендации по выполнению практического задания – заполнение следующего раздела Карты цифровой репутации.

Составление эмоционального портрета сетевой целевой аудитории. В чем различие аудиторий на различных сетевых площадках. Корреляция с тональностью – хорошая\плохая репутация. Рекомендации по выполнению практического задания «флеш-моб аватарок: Как меня видят в Сети».

Два пути управления сетевой целевой аудиторией: прямой и косвенный. Прямой путь – стать лидером мнений.

Косвенный путь – как управлять «чужой» сетевой аудиторией. Прямой и косвенный пути управления аудиторией не исключают друг друга, но каждый из них имеет свои

достоинства и недостатки. Однако в обоих случаях наработка доверия у аудитории как основы вашей цифровой репутации – это долгосрочный процесс. Рекомендации по выполнению практического задания – заполняем финальный раздел Карты цифровой репутации.

Тема 13. Целевая аудитория в сети

Для каких целей вы хотите управлять вашей цифровой репутацией? Формируете вы репутация в Сети как капитал или как резюме. Эти два направления не исключают друг друга, но от выбора приоритетов зависит ваша стратегия по управлению ЦР.

Определение репутационного капитала, его роль в современной экономике. Шеринг-экономика и взаимосвязь цифровой репутации и успеха в бизнесе.

Цифровые портреты как инструмент подбора кадров. Как формируются цифровые портреты. Цифровые портреты как основа социальных рейтингов государства.

Алгоритм управления цифровой репутацией основан на четырех основных этапах: мониторинг, работа с негативом и работа с позитивом, SERM. Организация мониторинга – ручного или автоматизированного в соответствии с целями и задачами управления ЦР.

Работа с негативом. Две основные тактики – удаление и выдавливание при управлении информацией на собственных сетевых площадках.

Работа с негативом на «чужих» сетевых площадках предполагает большее разнообразие тактических приемов. Боты и проблемы с их распознаванием.

Тактики работы с позитивом: создание уникального контента, размещение контента в Сети, расширение сетевой целевой аудитории. Основные трудности работы с контентом.

Управление репутацией в поисковой выдаче. Оценка результатов SERM, острова контента, заказ контекстной рекламы. Нужны ли вам услуги SERM-специалистов – критерии оценки.

Брендинг как отдельный этап стратегии управления цифровой репутацией. Эмоциональный портрет собственного цифрового двойника на основе сторителлинга.

Понимание критериев оценки тех или иных видов работ, связанных с репутацией. На каждом этапе у вас должно сложиться понимание – сколько времени занимает тот или иной

вид работы, как оценивается эффективность выполнения, какие результаты должны быть получены, сколько специалистов примерно надо привлечь к выполнению конкретно ваших целей. Рекомендации по выполнению практического задания к разделу – «Стратегия управления цифровой репутацией».

Тема 14. Стратегия управления цифровой репутацией

Нормативное регулирование деятельности госслужащих в сети. Обзор законодательства. Ответственность за утаивание сведений об активности в сети.

Рекомендации по поведению в сети. Правила поведения в сети, включая личные страницы.

Что значит управлять репутацией в сети. Как работать с системой мониторинга. Как разработать стратегию управления цифровой репутацией. Как поставить KPI для оценки эффективности работы с цифровой репутацией. Что делать с конфликтами в сети. Что делать, если я хочу узнать больше.

Тема 15. Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих

Виды сетевых конфликтов. Конфликты прямого и косвенного участия. В чем отличия. Рекомендации по выполнению практического задания «Кейс: Косметический бренд Lime Crime».

Рекомендации по решению конфликт в Сети прямого участия. Что делать нельзя, что желательно, что рекомендуется. Рекомендации по выполнению практического задания на примере кейса «Увольнение Галины Паниной».

Рекомендации по решению конфликта в Сети косвенного участия. Различные тактики реагирования во взаимосвязи с поставленными целями управления ЦР. ЦР для вас резюме или капитал.

Пирамида деловой репутации как инструмент по оценке репутационного ущерба в Сети. Рекомендации по выполнению практического задания «Личный опыт сетевого конфликта».

Кибербуллинг как новое явление Интернет-пространства: причины. Понятие. Темпы распространения. Последствия для жертвы. Методы предупреждения/борьбы. Почему нельзя участвовать, как это отражается на цифровой репутации.

Содержание дисциплины Б1.В.04.ДВ.02.01 Социология власти городских сообществ

Модуль (раздел) 1 Введение в феноменологию города. Этапы исследования власти в городских сообществах

Тема 1.1 Город в территориальном и экономическом измерении

Что такое город? Классические социологические исследования города (М. Вебер, Р. Парк, Л. Вирт) Особенности городской политики Городские сообщества: формальные и неформальные акторы развития городского пространства Идеологии городского развития: «город как машина роста» (Р.Мозес); «город как среда обитания» (Дж. Джекобс); «город, как вечеринка» (Р.Флорида, Я.Гейл)

Тема 1.2 Основные этапы изучения власти в городах Общетеоретические подходы к изучению власти. Власть как сущностно оспариваемая категория политической науки Подходы к определению власти «Власть над» (М. Вебер, Р. Даль и др.) или «Власть для» (Платон, Аристотель, Х. Арндт). Ранние исследования (супруги Линд в Мидлтауне); Классический этап (Дискуссия Хантер –Даль и расцвет сравнительных исследований власти в городах мира) Современный этап (Кларенс Стоун и его последователи, неомарксисты и исследования власти в городах Европы)

Модуль (раздел) 2 Методы и результаты исследования власти в городских сообществах: классические и современные кейсы

Тема 2.1 Классические и современные исследования власти в городских сообществах

Реконструкция властных структур: позиционный метод, репутационный метод, теория принятия решений, теория сетей) Исследование Флойда Хантера в Атланте. Исследование Роберта Даля в Нью –Хейвене. Многомерные модели власти при исследовании Мэтью Кренсона и Джона Гавенты Теории «Машин роста» и «Городских режимов»

Тема 2.2 Эмпирические исследования власти в российских городах и регионах

Обзор российских кейсов. Город и культура Г. Глазычева. Социология города В. Вахштейна. Городские сообщества в исследованиях С. Муронова. Перспективы городского развития в работах С. Кордонского и Ю. Плюснина. Работы по анализу власти в городских сообществах В. Ледяева. Эмпирические исследования власти в российских городах: Гаман-Голутвина, А. Чирикова, Г.Гельман, К. Рыженков, В Волков, Н. Сельцер, А. Дука и др

Тема 2.3 Картография власти в сибирском мегаполисе

Исследователь в поле: правила и техники полевых работ в городе. Качественный и количественный анализ, Сбор данных: избирательные компании, биографии, статистика. Фотографии как объект анализа. Полевое исследование в крупном сибирском мегаполисе и представление его результатов

Содержание дисциплины Б1.В.04.ДВ.02.02 Политическая социология

Тема 1. Политическая социология как наука

Дискуссии о предмете политической социологии. Место политической социологии в со-циологической науке. Особенности социологического подхода к изучению политики.

Со-отношение предметных областей политической социологии и других наук о политике. Политическая социология как результат гибридизации политической науки и социологии. Основные подходы к определению предмета политической социологии. Политическая социология как наука о взаимодействии политики и гражданского общества, социальной обусловленности политической жизни и ее обратном влиянии на окружающую среду. Соотношение методов исследования политики, используемых социологией и другими науками. Структура политической социологии. Основные темы и проблемы политической социологии. Основные этапы развития политической социологии. Становление и развитие политической социологии в России. Основные традиции в политической социологии. Марксистская традиция в объяснении взаимоотношения между гражданским обществом и политикой. Веберовская традиция в политической социологии. Неовеберианские подходы в объяснении политики. Пост-модернистская традиция. Вызовы (культура, рациональный выбор) и «повороты» (культурный, глобальный, многообразия) политической социологии

Тема 2. Социальная структура общества и политика

Социально-групповая природа политики. Социальная структура общества в политическом контексте. Динамика социальной стратификации и ее влияние на политический процесс. Спектр влияния социальной структуры на различные политические институты и процессы. Социальная стратификация и политическая дифференциация населения. Основные факторы и виды социальной и политической стратификации (социальные кливиджи). Социальная стратификация и политические интересы. Класс и политика. Социальная мобильность и ее влияние на политическую жизнь общества. Социальный и политический капитал. Современные тенденции развития социальной структуры и их влияние на политический процесс. Политические последствия распада традиционных социальных групп, усложнения социальной структуры, появления новых средних и высших слоев общества, возрастания социальной и географической мобильности и других изменений в социальной структуре, связанных с переходом общества в постиндустриальную стадию развития. Социальная структура современного российского общества и политика. Трансформация социальной структуры российского общества после крушения коммунистического режима. Основные страты современного российского общества. Бедность и неравенство в России. Средний класс в России. Политические ресурсы и возможности различных групп населения. Основные точки социального конфликта в России.

Тема 3. Современный элитизм

Классический элитизм (В. Парето, Г. Моска, Р. Михельс). Демократический элитизм (М. Вебер, Й. Шумпетер, Дж. Хигли). Процедурная демократия. Ограниченность партийного соревнования, плюрализма СМИ, коллективного действия. Критический элитизм. Ч.Р. Миллс «Властвующая элита». Уровни распределения власти. Интеграция элиты: социальная гомогенность, консенсус ценностей, персональные связи. Институциональный элитизм. Т. Дай: «Кто направляет Америку?», «Управление сверху вниз». Немарксистские теории классового господства. У. Домхофф: «Кто правит Америкой?» Теория государственной автономии (Т. Скочпол). Основные каналы и механизмы власти элиты в современном демократическом обществе. Критика элитизма. Элитизм в России.

Тема 4. Группы давления и корпоративизм

Группы давления как субъекты политики. Типология групп давления. Каналы и источники влияния групп давления. Специфика участия в политике различных групп интересов. Корпоративизм и неокорпоративизм. Неокорпоративизм как система представительства интересов, составные части которой организованы в несколько особых, принудительных, неконкурентных, иерархически упорядоченных, функционально различных разрядов, официально признанных или разрешенных государством, наделяющим их монополией на представительство в своей области в обмен на известный контроль за подбором лидеров и артикуляцией требований и приверженностей Корпоративизм vs плюрализм. Корпоративизм и демократия. Перспективы

неокопоративизма. Корпоративизм в России. Источники, специфика и особенности корпоративизма в СССР и России.

Тема 5. Социальные движения

Социальные движения/политические организации. Роль социальных движений: шанс слабым. Причины появления социальных движений. Теория коллективного поведения. Теория коллективного действия. Теория новых общественных движений. Традиционные и новые социальные движения. Социальная база новых социальных движений. Особенности стратегии и тактики новых социальных движений. «Жизненный цикл» новых социальных движений. Формы политического участия и механизмы влияния новых социальных движений. Новые социальные движения и государство. Социальные движения и политика протеста. Реакция государства на новые социальные движения. Политический потенциал и проблемы новых социальных движений. Глобализация и социальные движения. Общественные движения в России. Новые социальные движения в России, их специфика.

Тема 6. Политическая культура и социализация

Политическая культура как предмет социологического исследования. Начало эмпирических исследований политической культуры в середине XX века. Поведенческая традиция в изучении политической культуры. Исследование Г. Алмонда и С. Вербы. Интерпретационные исследования политической культуры. Основные социологические индикаторы политической культуры. Структура политической культуры. Политические установки и ориентации. Когнитивные, аффективные и оценочные ориентации в политике. Политические ценности. Социальные функции политической культуры. Политические субкультуры. Типологии политических культур. Политическая культура и политическая система. Политическая культура и социальные изменения. Политическая культура и модернизация. Политическая социализация. Влияние социальных факторов на процесс политической социализации. Агенты политической социализации. Особенности западных и восточных политических культур. Гражданская культура как основание западной демократии. Противоречия между политической культурой и институтами западной демократии. Либеральная, консервативная и постмодернистская критика традиционного политико-культурного подхода. «Западный» и «незападный» политические процессы и политическая культура. Политическая культура России. Особенности формирования российской политической культуры. Социологические исследования политической культуры в России. Стабильность и изменчивость российской политической культуры. Иерархия ценностей в сознании россиян. Перспективы либеральной идеологии в России и возможности реализации либерально-демократического проекта.

Содержание дисциплины Б1.В.04.ДВ.03.01 Риторика в связях с общественностью

Раздел 1. Общая риторика: категории, законы, понятия

Тема 1.1. Базовые категории риторики

Общая риторика — фундаментальное учение о речи, наука об эффективной, убедительной, правильной и выразительной речи. Речь как инструмент управления обществом и общественными процессами. Риторика как наука об общественной речи. Особенности PR-коммуникации: публичный характер, разнообразие дискурсов и стилей, письменная и устная формы речи.

Речевая ситуация как динамическая система взаимоотношений участников общения. Компоненты речевой ситуации: мотив, цель и уровни общения. Понятие социальной и коммуникативной ролей. Особенности речевого взаимодействия и проблемы речевой культуры в современном обществе.

Понятие дискурса, особенности политического дискурса. Речевой акт как единица дискурса.

Понятия коммуникативной грамотности и коммуникативной неудачи.

Коммуникативные барьеры и способы их преодоления.

Этос, пафос и логос как основные категории риторики.

Эффективная речевая коммуникация как условие профессиональной компетенции специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Тема 1.2. Понятие речи: типология и риторическая модель

Соотношение понятий «речь», «текст», «общение», «коммуникация», «язык». Виды речи и роды красноречия: исторический и синхронический аспекты изучения.

Понятие риторического канона: инвенция, диспозиция, элокуция, запоминание, произнесение.

Классические части композиции речи: вступление, описание, повествование, доказательство, опровержение, заключение.

Этапы создания текста как реализация коммуникативного намерения говорящего: замысел речи, вербализация и структуризация высказывания, его озвучивание (говорение) или запись (письмо), оценка речи. Понятие внутренней и внешней речи.

Определение темы и замысла высказывания. Общая и конкретная цели речи. Правила формулирования тезиса речи и способы его деления.

Топос как способ формирования мысли. Виды топосов и сфера их применения в различных жанровых модификациях речи.

Речь как структурно-смысловое единство: основные компоненты речи, их функции и содержательные особенности, средства логической связи. Составление и редактирование речи.

Построение завершенного высказывания в соответствии с его коммуникативной целесообразностью, содержательным единством и смысловой завершенностью.

Тема 1.3. Аргументирующая речь: доказательство и убеждение

Аргументирующая речь и ее место в речевой практике журналиста. Разновидности аргументирующей речи: доказательная, объяснительная, убеждающая, призывающая и т.д.

Структура доказательства: тезис, аргументы, демонстрация. Доказательство как совокупность приемов обоснования истинности тезиса. Виды доказательства: прямое и косвенное.

Типология аргументов: логические (рациональные, «к делу»), психологические («к человеку»), иллюстративные (образные). Единство логических и психологических аргументов как условие убеждающей речи. Сущность убеждения как риторической формы речи.

Способы создания системы аргументов: отбор, группировка, расположение в структуре речи. Логическая и риторическая аргументация. Ошибки и уловки аргументации и способы их разоблачения.

Правила демонстрации и виды рассуждений: индуктивный, дедуктивный, рассуждение по аналогии, причинно-следственное. Ошибки и уловки демонстрации.

Внушение как способ воздействия на эмоционально-чувственную сферу слушателей. Соотношение доказательства и внушения. Практические приемы убеждения.

Тема 1.4. Язык и стиль публичного выступления

Общее и различное в природе устной и письменной речи: лексические и синтаксические особенности. Специфика порождения устных и письменных высказываний и механизмы, обеспечивающие процесс их создания (механизмы репродукции, выбора и комбинирования языковых средств, упреждения, антиципации, дискурсивности).

Стили русского языка, сфера их применения в общественной деятельности.

Коммуникативные качества речи как категории риторики. Выбор слова и выбор стиля в соответствии с требованиями правильности, ясности, уместности и целесообразности.

Понятность, точность и ясность как важнейшие свойства речи. Виды точности: фактическая, предметная, понятийная, образная.

Логичность речи, типичные логические ошибки и способы их устранения. Логика

изложения и законы организации текста.

Эмоциональность и выразительность речи как необходимое условие ее эффективности. Типы выразительности (содержательная, структурная, интонационная, эмоциональная) и формы их проявления.

Изобразительно-выразительные средства языка: лексические (тропы, пословицы, поговорки, цитаты), синтаксические (фигуры речи).

Разнообразие и богатство лексики как требование к формированию индивидуального стиля личности.

Тема 1.5. Исполнение речи и культура общения

Понятие риторического идеала и образ оратора: нравственная позиция, внешний облик, манера поведения.

Параметры произношения и требования к нему: артикуляция, паузация, интонация, логические ударения, ритм и темп, тембр речи, сила голоса.

Голосовые и кинетические средства воздействия на аудиторию: жесты, мимика, интонация. Типы русских интонационных конструкций. Выбор интонационного тона в соответствии с характером речевой ситуации. Разновидности интонационных стилей. Требования к качеству голоса : благозвучность, гибкость, выносливость, широкий диапазон, суггестивность.

Понятие речевого этикета: национальный характер, принципы и функции. Соблюдение этикета как условие эффективного речевого общения. Маркеры речевой агрессии. Риторика и этика.

Фактор адресата: принципы коммуникативного сотрудничества и формы их проявления. Средства создания контакта с аудиторией и способы диалогизации речи. Основные приемы управления вниманием аудитории.

Невербальные средства усиления коммуникативной позиции оратора.

Раздел 2. PR-коммуникация: особенности дискурса и речевые жанры

Тема 2.1. Риторические особенности деловой коммуникации

Официально-деловой стиль и его основные черты: лексика, грамматика, синтаксис. Стилистическая окраска слова и лексические нормы делового стиля. Стилиевая природа и отличительные признаки устной деловой речи.

Речевой этикет в деловом общении: функции, этикетные формулы, система обращений.

Жанры делового общения (письменного и устного).

Жанры коллегиального общения (совещания, заседания, круглые столы, переговоры), требования к языку протокола. Пресс-релиз.

Презентация как разновидность публичной речи: основные композиционные части, принципы изложения информации, способы диалогизации и активизации внимания слушателей. Рекламная речь.

Виды протокольно – этикетных выступлений: приветственная речь, вступительное слово, поздравительная речь, ответное слово, заключительное слово. Особенности протокольно – этикетных выступлений, основные требования и правила подготовки к ним.

Тема 2.2. Риторические особенности политического дискурса

Политика как сфера активной риторической деятельности и повышенной речевой ответственности говорящего. Власть как «право на речь». Речевая роль и речевое поведение социального лидера. Речевые стратегии лидерства.

Публичный характер политической речи. Современная русская парламентская речь и ее жанровые разновидности (официальный депутатский запрос, реплика, информация, вопрос, дискуссионное выступление, дебаты). Культура парламентской речи.

Состязательный характер политической риторики. Особенности словоупотребления в политической дискурсе. Соблюдение требований аргументированности, ясности, логичности, выразительности как условие эффективности выступления.

Публицистический стиль и его лексические, грамматические и синтаксические

особенности.

Средства выразительности и приемы речевого воздействия в PR-коммуникации. Виды политических метафор. Мифы, символы, идеологемы, ярлыки: их место и функции в политической речи.

Тема 2.3. Полемический дискурс: сущность, виды и правила поведения

Сущность полемики и разновидности полемического дискурса: спор, дискуссия, дебаты, диспут, прения, обсуждение. Их роль и функции в сфере массовой информации.

Цели, формы и правила полемического общения. Культура дискуссии. Требования к поведению оппонентов. Публичная полемика и личный спор как разновидности полемического дискурса.

Причины и ситуации спора. Ведение спора. Полемические приемы и стратегии. Корректная формулировка вопросов, их виды и функции. Типы ответов. Виды замечаний.

Позволительные и непозволительные уловки в споре. Запрещенные приемы спора и их нейтрализация. Средства речевого воздействия на аудиторию.

Речевое поведение ведущего: функции, задачи, правила. Приемы активизации участников дискуссии, способы регламентации их выступлений и управления ходом обсуждения проблемы. Стилистические особенности полемического дискурса.

Содержание дисциплины Б1.В.04.ДВ.03.02 Технологии публичных выступлений

Тема 1. Выступление. Виды выступлений и требования к ним.

Выступление: как к нему подготовиться. Виды выступлений: доклады, встречи, выступления в прессе и др.

1. Публичное выступление.
2. Правила успешного публичного выступления.
3. Публичная речь, виды и правила публичных выступлений.
4. Виды и типы публичных выступлений.
5. Страх публичных выступлений.

Тема 2. Подготовка и написание речи. Этапы работы над текстом

Цель выступления: что выступающий хочет донести до аудитории? План. Запоминающиеся начало и конец выступления. Расстановка акцентов. Продумывание вопросов, которые могут быть заданы и ответы на них. Правила публичного выступления, публичной ораторской речи. Подготовка публичной речи. Налаживание связи с аудиторией.

Тема 3. Содержание и форма выступления

Основные элементы содержания. Форма подачи. На что следует обратить внимание. Акценты, ключевые моменты, опорные точки речи. Завладение вниманием аудитории. Удержание внимания аудитории. Вступление. Развитие речи. Кульминационный момент. Заключение. Вопросы-ответы. Импровизация в публичном выступлении.

Тема 4. Поведение во время выступления

Психологические приемы в подготовке выступления. Как преодолеть волнение. Упражнения перед выходом к аудитории. Страх публичного выступления. Эмоциональный настрой. Выбор опорных слушателей, налаживание контакта с ними. Формы "мы-общения" с аудиторией. Умение отвечать на вопросы. Вербальные и невербальные составляющие общения.

Тема 5. Презентация как вспомогательный инструмент выступления

Правила подготовки презентации. Требования к ним. Правила работы с презентацией. Сочетание речи и наглядных материалов. Самопрезентация. Виды самопрезентации. Самопрезентация как прием формирования личного бренда. Личный бренд: понятие, формирование. Личные, профессиональные и общественные достижения и успехи в самопрезентации. Самопрезентация оратора.

Тема 6. Взаимодействие с аудиторией

Особенности публичной коммуникации. Особенности выступления перед разными группами людей. Установление психоэмоционального контакта с аудиторией. Способы привлечения и удержания внимания. Правила и приемы взаимодействия с аудиторией. Формы "мы-общения" с аудиторией. Поведение выступающего. Ошибки выступающего.

Содержание дисциплины Б1.В.04.ДВ.04.01 Основы фотографии

Тема 1. Введение в фотографию

Предмет и значение дисциплины. Содержание лекционного курса и практических занятий. Формы и методика проведения занятий. Особенности изучения курса. Место дисциплины в системе профессиональных знаний бакалавра. Литература по курсу. Начальная диагностика. Феномен фотографии. Значение фотографии в науке, технике, культуре. Различные виды фотографии. Документальная фотография. Фотография как искусство (art photography).

Тема 2. История фотоискусства

Теодор Ньепс, Луи Дагер, Фокс Талбот, Ипполит Байар. Фотография в середине XIX в., первые фотографы. Фотография во второй половине XIX в.- начале XX в. Середина и вторая половина XX.

Тема 3. «Светопись». Получение изображения

Понятие о светочувствительности. Свет, как основа фотографии. Светочувствительность химических веществ. Принцип действия матрицы цифровой камеры. Получение фотоизображения

Тема 4. Устройство фотоаппарата

Основные типы камер. Цифровая и плёночная фотография. Оптика. Экспозиция. Устройство и основные узлы современной фотокамеры. Зеркальные, дальномерные, среднеформатные, карданные камеры. Полнокадровые и кроп-матрицы. Фикс-фокус и зум-объективы. Выдержка и диафрагма. Понятие экспозиции, способы её определения.

Тема 5. Свет в фотографии

Классификация освещения по природе, направлению, характеру. Цветовая температура. Освещение: виды, характеристики. Осветительные приборы. Схемы постановки света. Виды и характеристики искусственного импульсного и постоянного освещения.

Тема 6. Язык фотографии. Основные изобразительные средства фотографии. Композиция кадра

Тон. Резкость. Перспектива. Ракурс. Масштаб. Контрасты и подобию. Ритм. Простейшие схемы компоновки кадра. Золотое сечение. Передний план. Направление взгляда. Эффект расфокусировки. Съёмка в движении. Нарушение правил.

Тема 7. Классические виды и жанры фотографии. Методы съёмки и оборудование

Натюрморт, пейзаж, портрет, репортаж. Специальные виды съёмки: спортивная, архитектурная, научно-техническая, рекламная, репродукционная. Специфика оборудования для различных видов съёмки.

Тема 8. Формирование визуального ряда. Фоторепортаж. Фотосерия. Фотокнига. Проект. Работа над проектом

Принципы построения визуального ряда. Фоторепортаж: хроника, очерк, репортаж, секвенция. Фотосерия. Фотокнига. Понятие «фотопроект».

Тема 9. Архив фотографа. Цифровой архив. Структура. Форматы файлов

Ведение архива. Классификация. Номенклатура. Методы организации цифрового архива. Типы носителей. Преимущества и недостатки различных форматов графических файлов

Содержание дисциплины Б1.В.04.ДВ.04.02 Производство и продвижение видеороликов

Тема 1. Понятие видеопроизводства

Что входит в понятие «видеопроизводство»? Видеопроизводство как совокупность профессиональных навыков; видеопроизводство как система работы и этапы; видеопроизводство как набор приёмов. Значение продуктов и сфера применения видеопроизводства в современном мире.

Тема 2. Алгоритм видеопроизводства

Идея как ключевая единица творческого процесса. Идея в видеопроизводстве: от кадра до готового продукта. Чем отличается креатив от творчества в видеопроизводстве. Способы включения креативности и создание алгоритма придумывания идей.

Тема 3. Контент как отправная точка видеопроизводства

Работа режиссера кино с драматургом. Роль режиссёра и его зоны ответственности. Поиск истории для фильма. Где искать истории. Работа с идеей. Как сформулировать идею фильма. Создание лог-лайна истории. Фабула и сюжет. Линии героев во времени. Виды драматургической композиции фильма. Жанры в кино. Типология сюжетов по Блейку Снайдеру. Создание героя. Конфликт в истории. Трехчастная структура фильма. Акт, сцена, эпизод. Драматургические «крючки». Драматургическая структура по Блейку Снайдеру. Драматургические приемы по Блейку Снайдеру. Драматургия видеопроизведения. Критерии отбора героя видеопроизведения.

Визуальные образы и шаблоны восприятия: какие образы считаются стереотипными, как найти новый образ привычному понятию. Референсы в видеопроизводстве и составление референс-листов в качестве подготовительной работы с визуальным рядом.

Тема 4. Этапы и технологии видеопроизводства

Препродакшн, продакшн, постпродакшн. Ключевые профессии, объём работ и результат каждого этапа. Система сбора, сортировки и хранения отснятого материала.

Технические характеристики видео. Основные кодеки и форматы видео. Способы сортировки и переименовывания исходных видеофайлов. Специализированные программы для переименовывания и восстановления удаленных файлов.

Технические характеристики компьютерной техники необходимой для стабильного функционирования ПО для монтажа и цветокоррекции. Перечень необходимых программ и приложений для монтажа видео.

Тема 5. Основные законы монтажа

Что такое монтаж. Составляющие видеопродукта. Функции и задачи монтажа. Виды планов. Длина планов. Законы монтажа. Раскадровка: функции, правила создания. Приемы монтажа: основные приемы монтажа видео, основные приемы монтажа аудио. Художественные аспекты монтажа: работа со временем и пространством на экране.

Тема 6. Работа с цветом и звуком

Теория цвета и основы колористики в Premiere Pro. Физические свойства света. Цветовые группы. Основные характеристики цвета. Цветокоррекция. Этапы и инструменты цветокоррекции. Инструменты цветокоррекции в Premiere Pro.

Теория звука и его обработка в Adobe Audition. Физические свойства звука. Основные характеристики звука. Этапы и инструменты обработки звука. Основные настройки и рабочие области программы Adobe Audition. Способы импорта аудио. Инструменты редактирования аудио. Горячие клавиши. Способы экспорта и основные настройки экспорта аудио.

Тема 7. Оценка видео-продукта и видео-маркетинг

Оценка видеопродукта: критерии оценки. Что отличает хороший продукт, что способно испортить готовое видео.

Видеомаркетинг: суть понятия и ключевые термины видеомаркетинга. Этапы видеомаркетинга: маркетинговый анализ, постановка целей и задач, поиск творческих решений и этап реализации – видеопроизводство.

Тема 8. Распространение видеопродукта

Размещение, распространение и продвижение в корпоративном видеопроизводстве
Продвижение видео: современные аспекты и инструменты распространения корпоративного видео. Площадки размещения – офлайн и онлайн, традиционные и набирающие популярность - и особенности каждой из них.

Вирусное видео как жанр. Теория и практика вирусного видео. Вирусное видео как инструмент маркетолога. Классификация, триггеры, способы создания, посев. Способы и технологии продвижения видео в интернете

Киноиндустрия как площадка распространения видео-продукта: требования и ожидания индустрии, специфика аудитории кинопроката.

Содержание дисциплины Б1.В.04.ДВ.05.01 Сторителлинг

Тема 1. История как средство передачи информации

Общее понятие о сторителлинге. История развития сторителлинга в России и за рубежом. Роль сторителлинга в современном обществе. Сторителлинг как профессиональная компетенция и личностный навык.

Тема 2. Принципы сторителлинга и его роль в решении профессиональных задач.

Основные правила рассказчика. Психологические основы сторителлинга: законы коммуникации, особенности развития коммуникативного процесса, средства формирования диалогической позиции всех участников общения. Сторителлинг как инструмент убеждения. Возможности сторителлинга в различных ситуациях.

Тема 3. Навыки сторителлинга: логика построения и изложения историй.

Сторителлинг как технология коммуникации. Последовательность восприятия истории от «кто говорит» до «зачем говорит». Соотношение «значения» и «смысла» в изложении историй. Составляющие правильной истории: тема (идея), конфликт, сюжет, персонажи.

Смысловой и эмоциональный подтекст истории.

Тема 4. Навыки сторителлинга: использование коммуникативных и драматургических приёмов.

Структура, форма и формула истории. Метод рефрейминга в создании историй. Где найти идею и сюжет для истории. Как использовать готовые истории. Источники историй. Средства выразительности и правила их применения в процессе формирования истории и её рассказа.

Тема 5. Навыки сторителлинга: персонажи историй.

Кто такой персонаж истории и как с ним работать. Различные типы персонажей, роль персонификации в процессе коммуникативного взаимодействия.

Тема 6. Сторителлинг для социальных сетей.

Особенности общения в социальных сетях. Роль сторителлинга в продвижении сетевого контента. Форматы, которые можно применять при рассказывании историй в социальных сетях. Лонгриды, как основной сетевой формат сторителлинга: его особенности и разновидности.

Тема 7. Интерактивные элементы сторителлинга.

Интерактивность в сторителлинге и её разновидности. Цифровые интерактивные элементы: таймлайн, интерактивные карты, изображения, игры и инфографика. Платформы для создания цифровых интерактивных элементов сторителлинга. Ток-шоу как форма интерактивного сторителлинга.

Тема 8. Сторителлинг как проект: разработка, наполнение, продвижение.

Ключевые правила работы с историей как проектом: критерии отбора темы, выявление образов, определение формата. Приёмы разработки темы и идеи (майндмэппинг, анализ аналогов-продуктов по теме, исследование темы, подготовка сценарного плана). Формирование сообщений для аудитории и выявление ключевых

ценностей. Разработка медийного плана продвижения проекта. Измерение эффективности: как оценить успешность проекта в формате сторителлинга.

Тема 9. Продающие истории.

Возможности сторителлинга для продвижения продукта. Особенности продающих историй и их разновидности. Вовлечение клиента в общение средствами сторителлинга.

Тема 10. Корпоративный сторителлинг.

Значение историй для формирования корпоративной культуры. Специфика сторителлинга как корпоративного инструмента. Роль сторителлинга в формировании и продвижении бренда.

Тема 11. Сторителлинг в обучении.

Принципы использования сторителлинга в образовательном процессе. Форматы обучающих историй, их особенности. Мотивационный смысл историй в обучении. Формирование эмоционального отклика как основная задача обучающих историй.

Тема 12. Сторителлинг для публичных выступлений.

Сторителлинг как форма общения с аудиторией. Выбор темы и определение основного посыла истории. Приёмы управления вниманием аудитории. Использование интерактивных приёмов сторителлинга в публичном выступлении.

Содержание дисциплины Б1.В.04.ДВ.05.02 Контент-планирование

Тема 1.

Алгоритм составления контент-плана. RACE в контент-планировании. Грамотное определение целей и задач коммуникации. Поведение аудитории как главный результат коммуникации, Коммерческая, политическая, социальная коммуникация и их специфика. Информирование, убеждение, побуждение к действию как этапы коммуникации, типы контента, значимые для этих этапов.

Тема 2.

Определение целевой аудитории. Виды целевых аудиторий. Информационные и коммуникационные потребности целевых аудиторий. Критерии выделения и сегментирования целевых аудиторий: географический, административный, социальный, демографический, экономический и другие. Лояльность как ключевой критерий коммуникации. Разделение целевых аудиторий по каналам коммуникации и контенту.

Тема 3.

Исследование – конкуренты и каналы коммуникации. Приемы выявления конкурентов и их коммуникационной деятельности: контент-анализ, мониторинг, их плюсы и минусы. Методы выявления актуальных коммуникационных площадок для заданной аудитории, и выбора наиболее релевантных каналов. Специфика исследования каналов в социальных медиа. Алгоритмическая лента и контент социальных сетей.

Тема 4.

Контент-планирование и реклама. Типы контента, их возможности – фото, видео, текст. Интерактивный контент, его плюсы и минусы. Драматургия в контент-планировании. Продвижение контента и привлечение аудитории средствами рекламы и PR. Таргетированная реклама, вирусная реклама, контекстная реклама. Директ-рассылка, поисковая оптимизация. Другие технологии продвижения контента.

Тема 5.

Контент-планирование и событийный маркетинг. Событие как ключевой элемент коммуникации. Понятие инфоповода. Типы инфоповодов, их классификация: внешние, внутренние, комбинированные. Акции и скидки. Воронка продаж. Приемы, влияющие на эффективность мероприятий по стимулированию продаж.

Тема 6.

Работа над ошибками. Работа с возражениями, работа с негативными комментариями. Модерирование комментариев – принципы, приемы, задачи и расчет необходимых ресурсов. Тренинг работы с негативом. Подготовка контент-блоков для кризисных коммуникаций. Типичные причины разрывов в коммуникации, возможности планирования размещения специальных видов контента для их преодоления. Сочетание коммуникации и менеджмента.

Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Б1.В.04.01 Интернет-маркетинг	
Роль Интернет-маркетинга в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	Устные или письменные ответы на вопросы Доклад
Система маркетинга на основе сайта организации	Устные или письменные ответы на вопросы Практическое задание
Интернет-реклама	Устные или письменные ответы на вопросы Практическое задание
Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	Устные или письменные ответы на вопросы Практическое задание
Е-mail маркетинг.	Практическое задание
Оценка эффективности Интернет-маркетинга	Устные или письменные ответы на вопросы Практическое задание
Б1.В.04.02 Аудиовизуальное искусство в современных медиа	
Понятие аудио-визуальных искусств	Опрос
Психология восприятия видео-контента	Опрос
Понятие о постановке света.	Опрос
Понятие о звуковом решении фильма.	Опрос

Основы композиции	Опрос
Режиссура игрового кинофильма (ролика)	Опрос
Изобразительная монтажная конструкция кинофильма	Опрос
Работа художника	Опрос
Рынок современных медиа	Контрольная работа
Б1.В.04.03 Логика	
Введение в логику. Предмет и значение логики	Устные ответы на вопросы. Учет посещаемости.
Законы алгебры логики	Устные ответы на вопросы. .Учет посещаемости.
Способы формализации логических задач и процесса их решения	Устные ответы на вопросы. Учет посещаемости.
Логика в решении задач	Решение типовых задач. Учет посещаемости.
Софизмы и логические парадоксы	Проведение коллоквиума по теме. Учет посещаемости
Основные формально-логические законы. Типовые задачи	Выполнение контрольных заданий и публичный анализ полученных результатов. Учет посещаемости.
Логика понятий. Типовые задачи	Устные ответы на вопросы. Решение типовых задач. Учет посещаемости.
Логика суждений. Типовые задачи	Устные ответы на вопросы. Выполнение контрольной работы. Учет посещаемости
Логика умозаключений. Типовые задачи.	Устные ответы на вопросы. Выполнение контрольной работы. Учет посещаемости
Б1.В.04.04 Создание и обработка цифровых изображений	
Фотография	Практическое задание
Фотоаппаратура	Практическое задание
Рисование и математические методы создания цифровых изображений	Практическое задание
Цвет в цифровых изображениях	Практическое задание

Особенности растровой графики и интерфейс графических программ	Практическое задание
Инструменты создания графических объектов и текста	Практическое задание
От цифры к реальности	Практическое задание
Б1.В.04.ДВ.01.01 Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты	
Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные	Тест
Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки	Тест
Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные профили	Тест
Как спастись от киберугроз в новую эпоху? Вопросы информационной безопасности	Тест
Введение в управление цифровой репутацией	Тест
Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций	Тест
Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты)	Тест
Виртуальная и дополненная реальность	Тест
Гибкие методологии управления проектами	Тест
Как создаются программы и что нужно, чтобы попасть в App Store или Google Play?	Тест
Введение в искусственный интеллект	Тест
Разработка разговорного чат-бота на DialogFlow	Тест
Итоговое задание по чат-боту	Практическое задание
Б1.В.04.ДВ.01.02 Цифровое общество и управление цифровой репутацией	
Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные	Тест
Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки	Тест
Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные профили	Тест
Как спастись от киберугроз в новую эпоху? Вопросы информационной безопасности	Тест

Введение в управление цифровой репутацией	Тест
Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций	Тест
Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты)	Тест
Виртуальная и дополненная реальность	Тест
Гибкие методологии управления проектами	Тест
Как создаются программы и что нужно, чтобы попасть в App Store или Google Play?	Тест
Что такое цифровая репутация	Тест
Целевая аудитория в сети	Тест
Стратегия управления цифровой репутацией	Тест
Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих	Тест
Управление конфликтами в социальных сетях	Тест
Б1.В.04.ДВ.02.01 Социология власти городских сообществ	
Город в территориальном и экономическом измерении	Опрос, реферативная работа
Основные этапы изучения власти в городах	Эссе
Классические и современные исследования власти в городских сообществах	Реферативная работа
Эмпирические исследования власти в российских городах и регионах	Эссе
Картография власти в сибирском мегаполисе	Исследовательская работа
Б1.В.04.ДВ.02.02 Политическая социология	
Политическая социология как наука	Опрос
Социальная структура общества и политика	Опрос
Современный элитизм	Опрос
Группы давления и корпоративизм	Опрос, эссе
Социальные движения	Опрос
Политическая культура и социализация	Опрос, эссе
Б1.В.04.ДВ.03.01 Риторика в связях с общественностью	
Базовые категории риторики	Устные ответы на вопросы
Понятие речи: типология и риторическая модель	Подготовка устного доклада

Аргументирующая речь: доказательство и убеждение	Устные ответы на вопросы
Язык и стиль публичного выступления	Подготовка устного доклада
Исполнение речи и культура общения	Участие в дискуссии
Риторические особенности деловой коммуникации	Устные ответы на вопросы
Риторические особенности политического дискурса	Подготовка устного доклада
Полемический дискурс: сущность, виды и правила поведения	Подготовка контрольной работы
Б1.В.04.ДВ.03.02 Технологии публичных выступлений	
Выступление. Виды выступлений и требования к ним.	Практическое задание
Подготовка и написание речи. Этапы работы над текстом	Практическое задание
Содержание и форма выступления	Практическое задание
Поведение во время выступления	Практическое задание
Презентация как вспомогательный инструмент выступления	Практическое задание
Взаимодействие с аудиторией.	Практическое задание
Б1.В.04.ДВ.04.01 Основы фотографии	
Введение в фотографию.	Опрос
История фотоискусства.	Доклад, тестирование
«Светопись». Получение изображения. Понятие о светочувствительности	Практическое задание
Устройство фотоаппарата. Основные типы камер. Цифровая и плёночная фотография. Оптика. Экспозиция.	Доклад
Свет в фотографии. Освещение: виды, характеристики. Осветительные приборы. Схемы постановки света.	Опрос
Язык фотографии. Основные изобразительные средства фотографии. Композиция кадра.	Доклад
Классические виды и жанры фотографии. Методы съёмки и оборудование.	Опрос
Формирование визуального ряда. Фоторепортаж. Фотосерия. Фотокнига. Проект. Работа над проектом	Доклад, Тестирование
Архив фотографа. Цифровой архив. Структура. Форматы файлов.	Практическое задание
Б1.В.04.ДВ.04.02 Производство и продвижение видеороликов	

Понятие видеопроизводства	Практическое задание (работа над творческими проектами)
Алгоритм видеопроизводства	Практическое задание (работа над творческими проектами)
Контент как отправная точка видеопроизводства	Практическое задание (работа над творческими проектами)
Этапы и технологии видеопроизводства	Практическое задание (работа над творческими проектами)
Основные законы монтажа	Практическое задание (работа над творческими проектами)
Работа с цветом и звуком	Практическое задание (работа над творческими проектами)
Оценка видео-продукта и видео-маркетинг	Практическое задание (работа над творческими проектами)
Распространение видеопродукта	Практическое задание (работа над творческими проектами)
Б1.В.04.ДВ.05.01 Сторителлинг	
История как средство передачи информации	Нет
Принципы сторителлинга и его роль в решении профессиональных задач	Обсуждение
Навыки сторителлинга: логика построения и изложения историй.	Решение кейсов
Навыки сторителлинга: использование коммуникативных и драматургических приёмов.	Опрос (Устная презентация)
Навыки сторителлинга: персонажи историй.	Обсуждение
Сторителлинг для социальных сетей.	Решение кейсов
Интерактивные элементы сторителлинга.	Презентация
Сторителлинг как проект: разработка, наполнение, продвижение.	Обсуждение

Продающие истории.	Решение кейсов
Корпоративный сторителлинг.	Обсуждение
Сторителлинг в обучении.	Решение кейсов
Сторителлинг для публичных выступлений.	Презентация
Б1.В.04.ДВ.05.02 Контент-планирование	
Алгоритм составления контент-плана	Практическое задание (работа над творческими проектами)
Определение целевой аудитории	Практическое задание (работа над творческими проектами)
Исследование – конкуренты и каналы коммуникации	Практическое задание (работа над творческими проектами)
Контент-планирование и реклама	Практическое задание (работа над творческими проектами)
Контент-планирование и событийный маркетинг	Практическое задание (работа над творческими проектами)
Работа над ошибками	Практическое задание (работа над творческими проектами)

Зачет с оценкой по Б1.В.04.01 Интернет-маркетинг проводится с применением следующих методов (средств): устный/письменный ответ на вопросы.

Экзамен по Б1.В.04.02 Аудиовизуальное искусство в современных медиа проводится с применением следующих методов (средств): устный/письменный ответ на вопросы и выполнения практического задания.

Зачет по Б1.В.04.03 Логика проводится с применением следующих методов (средств): устное собеседование по вопросам курса и письменное выполнение практических заданий. При проведении зачета возможно применение средств ДОТ.

Экзамен по Б1.В.04.04 Создание и обработка цифровых изображений проводится с применением следующих методов (средств): устный/письменный ответ на вопросы и выполнения практического задания.

Зачет по Б1.В.04.ДВ.01.01 Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты проводится с применением следующих методов (средств): в форме выполнения итогового теста и компьютерного задания с применением ДОТ в СДО.

Зачет по Б1.В.04.ДВ.01.02 Цифровое общество и управление цифровой репутацией проводится с применением следующих методов (средств): в форме итогового компьютерного тестирования с применением ДОТ в СДО.

Зачет по Б1.В.04.ДВ.02.01 Социология власти городских сообществ проводится с применением следующих методов (средств): устное собеседование по вопросам курса и письменное выполнение практических заданий. При проведении зачета возможно применение средств ДОТ.

Зачет по Б1.В.04.ДВ.02.02 Политическая социология проводится с применением следующих методов (средств): письменные (устные) ответы на вопросы.

Зачет по Б1.В.04.ДВ.03.01 Риторика в связях с общественностью проводится с применением следующих методов (средств): письменные (устные) ответы на вопросы.

Зачет по Б1.В.04.ДВ.03.02 Технологии публичных выступлений проводится с применением следующих методов (средств): устное собеседование по вопросам курса и письменное выполнение практических заданий.

Зачет по Б1.В.04.ДВ.04.01 Основы фотографии проводится с применением следующих методов (средств): устный/письменный ответ на вопросы, тестирование, с использованием специализированного программного обеспечения.

Зачет по Б1.В.04.ДВ.04.02 Производство и продвижение видеороликов проводится с применением следующих методов (средств): устно по билетам. Условием доступа к экзамену является подготовленное портфолио: готовый творческий видеопродукт и выступление с докладом.

Зачет по Б1.В.04.ДВ.05.01 Сторителлинг проводится с применением следующих методов (средств): индивидуальная защита проекта в устной форме.

Зачет по Б1.В.04.ДВ.05.02 Контент-планирование проводится с применением следующих методов (средств): защита проекта в устной форме.

Основная литература:

1. А. Амзин, Новостная интернет-журналистика / А.Амзин, Электронная версия 2/20131006, [Электронный ресурс]. - URL: <https://boralovtext.ru/wp-content/uploads/2020/08/Amzin-Zhurnalistika.pdf>
2. Акаш Кариа Вдохновляй своей речью. 23 правила сторителлинга от лучших спикеров TED Talks — Режим доступа: электрон.-библ. система «ЛитРес», требуется авторизация.
3. Александров, Д. Н. Основы ораторского мастерства, или В погоне за Цицероном : учебное пособие : [12+] / Д. Н. Александров. – 4-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2018. – 489 с. – Режим доступа: URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=70367> (дата обращения: 22.08.2021). – ISBN 978-5-89349-296-5. – Текст : электронный.

4. Березин, В. М. Фотожурналистика : учебник для вузов / В. М. Березин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00353-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489274> (дата обращения: 21.07.2021).
5. Богомолова, Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации: учеб. пособие / Н.Н. Богомолова. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 192 с.
6. Виктор Микулин: 25 уроков фотографии. Практическое руководство/ Микулин В.А., Изд-во «Руграмм», М, 2015, с .480, ISBN: 978-5-458-24688-0
7. Волков В. Б., Макарова Н. В. Информационные технологии (Цифровое общество и цифровое государство в новую технологическую эпоху,): Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. 1 издание, 2011 год, 576 стр., 1 ISBN 978-5-496-00001-7 // Издательский дом Питер. <http://www.piter.com/book.phtml?978549600001>
8. Гаджиев, К. С. Политология : учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению (специальности) "Политология" / К. С. Гаджиев. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Москва : Логос, 2010. - 431 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Унив.б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84981>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2021). - Загл. с экрана.
9. Гук, А. А. История любительского кино-, фото- и видеотворчества : учебное пособие для вузов / А. А. Гук. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14435-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496993> (дата обращения: 21.07.2021).
10. Джони Саймон: Фотографируй идеальную еду. 52 мастер-класса от профессионала для креативных фуд-фото / Саймон Дж, Спб: изд-во ХлебСоль, 2022, с. 154, ISBN: 978-5-04-122882-8
11. Драматургия и режиссура. Экспрессия рекламного видео. / И.Б. Шубина. — Планета музыки, 2018. — 296 с. — [Электронный ресурс]. — URL: https://e.lanbook.com/book/103119#book_name
12. Забелин, Л. Ю. Основы компьютерной графики и технологии трехмерного моделирования [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. Ю. Забелин, О. Л. Конюкова, О. В. Диль. — Электрон. дан. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 259 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/54792.html>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). — Загл. с экрана.
13. Замятина, Н. Ю. Россия, которую мы обрели. Исследуя пространство на микроуровне [Электронный ресурс] / Н. Ю. Замятина, А. Н. Пилясов. - Электрон. дан. — Москва : «Новый хронограф», 2013. - 548 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. — Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228568>, требуется авторизация (дата обращения : 03.08.2021). — Загл. с экрана.
14. Зверева Н., Иконникова С. Сторителлинг. Как стать популярным и легко заводить друзей» – Режим доступа: электрон.-библ. система «ЛитРес», требуется авторизация.
15. Зинсер, У. Как писать хорошо. Классическое руководство по созданию нехудожественных текстов/ Уильям Зинсер, М:изд. Альпина Диджитал, 2020, 360 с., ISBN: 978-5-9614-2992-3
16. Ивин А.А. Логика: учебник и практикум для вузов / А. А. Ивин. — 4-е изд., испр. и доп.— Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 387 с. // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/449855> (дата обращения: 17.02.21)
17. Козлов, С. В. Политология : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по всем специальностям / С. В. Козлов ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2009. - 199 с.
18. Кононов Н.А. Автор, ножницы, бумага. / Н.А. Кононов. – Москва: изд. Манн, Иванов и Фербер, 2020, 272 с. ISBN: 978-5-00100-651-0

19. Ледяев, В. Г. Социология власти: теория и опыт эмпирического исследования власти в городских сообществах / В. Г. Ледяев. – Москва : ИД НИУ ВШЭ, 2012. – 472 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227284>, требуется авторизация (дата обращения : 03.08.2021). – Загл. с экрана.
20. Мастерство продюсера кино и телевидения : учебник / под ред. П.К. Огурчикова, В.И. Сидоренко, В.В. Падейского. – Москва : Юнити, 2015. – 860 с. : табл., граф., ил, схемы – (Медиаобразование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114715>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01329-9. – Текст : электронный.
21. Михайлов К.А. Логика: учебник для вузов / К. А. Михайлов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 467 с. // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblioonline.ru/bcode/449897> (дата обращения: 17.02.21)
22. Мовшовиц Д. От идеи до злодея. Учимся создавать истории вместе с Pixar — Режим доступа: электрон.-библ. система «ЛитРес», требуется авторизация.
23. Нуркова, В. В. Психология фотографии. Культурно-исторический анализ : учебное пособие для вузов / В. В. Нуркова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 473 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11377-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452634> (дата обращения: 21.07.2021).
24. Основы продюсерства: Аудиовизуальная сфера / В.В. Арсеньев, И.Д. Барский, А.Л. Богданов и др. ; под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.И. Сидоренко. – Москва : Юнити, 2015. – 719 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114545> . – ISBN 5-238-00479-6. – Текст : электронный.
25. Пиши, сокращай: Как создавать сильный текст / Максим Ильяхов, Людмила Сарычева. - 2-е изд. - М.: АП, 2017. - 440 с. ISBN 978-5-9614-5967-8
26. Пол, К. Цифровое искусство=DigitalArt / К. Пол ; ред. Е. Васильева ; пер. А. Глебовской. - Москва : Ад Маргинем Пресс, 2017. - 273 с. : ил. - Библиогр.: с. 266-267. - ISBN 978-5-91103-389-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=492919>
27. Рыжова Е. Текст за текстом. Как создавать контент системно, быстро и легко. — Режим доступа: электрон.-библ. система «ЛитРес», требуется авторизация.
28. Селезнева, Ж. В. Стратегическое планирование развития городского хозяйства : учеб. пособие / Ж. В. Селезнева. – Самара : СГАСУ, 2013. - 118 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256115>, требуется авторизация (дата обращения : 01.08.2021). – Загл. с экрана.
29. Сидоренко, В.И. От идеи к бюджету фильма : учебное пособие / В.И. Сидоренко ; Всероссийский государственный институт кинематографии имени С.А. Герасимова (ВГИК). – Москва : Юнити, 2016. – 256 с. : ил. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447140>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02836-1. – Текст : электронный.
30. Сквовиков А.К. Логика: учебник и практикум для вузов / А. К. Сквовиков. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 575 с. // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblioonline.ru/bcode/436453> (дата обращения: 17.02.21)
31. Скотт Келби: Секреты крутых фото на iPhone. Как сделать профессиональные снимки с помощью смартфона, / Келби С., Москва, : ДКМ-Пресс, 2021, 304 с. ISBN: 978-5-97060-958-3
32. Снайдер, Б. Спасите котика! И другие секреты сценарного мастерства / Б. Снайдер ; пер. Ю. Константинова. - М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 252 с. - ISBN 978-5-00057-182-8 ; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240359>

33. Управление городским округом [Электронный ресурс] : финансово-экономический и организационно-правовой аспекты / Н. В. Постовой [и др.]. — Электрон. дан. — Москва : Юриспруденция, 2015. — 126 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/35754>, требуется авторизация (дата обращения : 03.08.2021). – Загл. с экрана.
34. Управление контент-маркетингом, Джо Пулицци, Роберт Роуз, М: изд. Манн, Иванов Фербер, 2014, 220 с. ISBN: 9785000570760
35. Уткин А., Покровская Н. Белое зеркало. Учебник по интерактивному сторителлингу в кино, VR и иммерсивном театре. — Режим доступа: электрон.-библ. система «ЛитРес», требуется авторизация.
36. Хазагеров Г. Г. Риторика для делового человека: учебное пособие / Г.Г. Хазагеров, Е.Е. Корнилова. - Москва: ФЛИНТА, 2018. - 135 с.