

# ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский) университет

Утверждено  
Директор Института \_\_Маркарян К.В.\_\_



«\_19\_» \_июня\_2024\_, протокол № 13

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины: Гражданская и деловая журналистика

Автор: Хачатрян Э.А., Буниатян Г.К.

Направление подготовки: 42.03.02 «Журналистика»

# 1. АННОТАЦИЯ

## 1.1. Краткое описание содержания данной дисциплины;

Дисциплина «Гражданская и деловая журналистика» формирует у студентов представления о специфике функционирования современных деловых СМИ, особенностях взаимодействия деловых СМИ с основными ньюсмейкерами, жанровыми характеристиками деловых СМИ, структурой редакции наиболее рейтинговых федеральных и региональных деловых СМИ.

Курс дает также представление о гражданской журналистике как разновидности журналистики или форме альтернативных медиа, получивших широкое распространение с развитием Интернета и новых цифровых технологий

## 1.2 Трудоемкость в академических кредитах и часах, формы итогового контроля (экзамен/зачет);

Трудоемкость: 3 ECTS, 52 академических часов

Форма итогового контроля: *зачет*

## 1.3 Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Курс связан с такими дисциплинами, как «Работа со статистическими и экономическими данными в медиа», «Правовые основы журналистики», «Экономика и менеджмент в СМИ», «Профессионально-творческие студии», «Журналистика стран СНГ и межкультурные коммуникации» и др.

## 1.4 Результаты освоения программы дисциплины:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижений компетенций
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.

	задач		<p>Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи</p> <p>Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки.</p>
<b>УК-2</b>	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<b>УК-2.1</b> <b>УК-2.2</b> <b>УК-2.3</b>	<p>Знает подходы в постановке задач для достижения поставленной цели, обладает знаниями в выборе оптимальных способов их решения.</p> <p>Умеет, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, выбирать оптимальные способы решения задач в профессиональной области для достижения поставленной цели.</p> <p>Владет навыками определения круга профессиональных задач в рамках поставленной цели; выбором оптимальных способов их решения с учетом действующих правовых норм и имеющихся ресурсов.</p>

<b>УК-3</b>	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<i>УК-3.1</i> <i>УК-3.2</i> <i>УК-3.3</i>	<p>Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.</p> <p>Предвидит результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата.</p> <p>Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды.</p>
<b>УК-4</b>	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<i>УК-4.1</i> <i>УК-4.2</i> <i>УК-4.3</i>	<p>Владеет грамматическими нормами русского языка</p> <p>Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках</p>

			<p>Знает особенности лексической сочетаемости, клишированные, устойчивые выражения и грамотно использует их своей устной и письменной речи</p>
<b>УК-9</b>	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	<p><i>УК-9.1</i> <i>УК-9.2</i> <i>УК-9.3</i></p>	<p>Знать правовые нормы в профессиональной деятельности</p> <p>Уметь контролировать соблюдение профессионально-этических и правовых норм в журналистской деятельности</p> <p>Владеть базовыми основами по противодействию коррупции</p>
<b>УК-10</b>	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<p><i>УК-10.1</i> <i>УК-10.2</i> <i>УК-10.3</i></p>	<p>Знает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике, методы личного экономического и финансового планирования, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами.</p> <p>Умеет анализировать информацию для принятия обоснованных</p>

			<p>экономических решений, применять экономические знания при выполнении практических задач.</p> <p>Владеет способностью использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач.</p>
<b>ПК-1</b>	Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	<p><i>ПК-1.1</i></p> <p><i>ПК-1.2</i></p> <p><i>ПК-1.3</i></p>	<p>Знать технологические и технические способы для осуществления профессиональной деятельности, необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>Уметь применять современных стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания журналистского текста и (или) продукта</p> <p>Владеть навыками использования интернет-технологий и специализированных программных продуктов</p>
<b>ПК-2</b>	Способен готовить информационно-аналитические материалы по потребительскому спросу	<p><i>ПК-2.1</i></p> <p><i>ПК-2.2</i></p> <p><i>ПК-2.3</i></p>	<p>Знать принципы разработки, анализа и коррекции материалов СМИ</p> <p>Уметь применять методы</p>

			<p>анализа</p> <p>Владеть навыками систематизации информации, составления аналитического медиатекста</p>
<b>ПК-3</b>	Способен анализировать ситуацию на рынке по реализации печатных СМИ	<p><i>ПК-3.1</i></p> <p><i>ПК-3.2</i></p> <p><i>ПК-3.3</i></p>	<p>Знать запросы на медийном рынке, возможности Интернет-среды для решения задач распространения массовой информации</p> <p>Уметь оценивать эффективность деятельности СМИ с точки зрения степени влияния на общественное мнение и удовлетворения запросов медиарынка</p> <p>Владеть навыками анализа ситуации на медиарынке</p>
<b>ПК-4</b>	Способен вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	<p><i>ПК-4.1</i></p> <p><i>ПК-4.2</i></p> <p><i>ПК-4.3</i></p>	<p>Знать базовые принципы формирования организационной структуры современной редакции (редакционного комплекса), основные функции сотрудников различного должностного статуса, порядок установления коммуникаций с партнерами и различными институтами</p> <p>Уметь сотрудничать с представителями различных</p>

			<p>сегментов общества, работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства</p> <p>Владеть навыками эффективной коммуникации, необходимыми редакциям для работы в социальных сетях с различными представителями внешней и внутренней среды</p>
<b>ПК-7</b>	Способен готовить материал определенного жанра и тематики (очерки, статьи, аудио/видеосюжеты) для телевидения, радио, сетевого издания, печати и информационных лент	<p><b>ПК-7.1</b></p> <p><b>ПК-7.2</b></p> <p><b>ПК-7.3</b></p>	<p>Знать программные, аппаратные, коммуникационные средства и методы реализации мультимедиа-проектов</p> <p>Уметь готовить журналистские материалы в отведённое редакционным заданием время</p> <p>Владеть навыками создания и редактирования журналистских материалов в информационных, аналитических и</p>



			художественно-публицистических жанрах и в различных форматах в соответствии с требованиями редакционной политики
<b>ПК-8</b>	Способен готовить авторские материалы: аналитические, обобщающие, обзорные по актуальной проблематике с широким привлечением документов, с выражением собственного мнения и мнения редакции/канала по рассматриваемому вопросу	<i><b>ПК-8.1</b></i> <i><b>ПК-8.2</b></i> <i><b>ПК-8.3</b></i>	Знать основы разработки локального авторского медиапроекта; Уметь выражать собственное мнение по рассматриваемому вопросу без нарушения норм и принципов журналистской этики  Владеть навыками анализа актуальной проблематики для создания медиапродукта

## 2 УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

### 2.3 Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – подготовка специалистов в сфере деловой журналистики, редакторов и медиаменеджеров нового поколения, обладающих навыками эффективной работы с большими информационными потоками, новостями рынков, владеющих современными коммуникативными технологиями; креативных специалистов универсального типа, способных создавать и модерировать актуальный контент в СМИ любого формата и направленности, готовых к работе на глобальном медийном рынке.

Задача курса – раскрыть особенности взаимодействия бизнеса и прессы; выявлять проблемы, которые будут интересны аудитории деловых масс-медиа; привить навыки анализа и сопоставления получаемой информации, выявлять тенденции развития в той или иной отрасли экономики; помочь студентам разобраться в сложных процессах, предъявляемых к

корреспондентам деловых масс-медиа; привить навыки профессионального преодоления административных преград в получении желаемой для журналиста информации, а также навыки деловой переписки; дать студентам представление о гражданской журналистике как разновидности журналистики или форме альтернативных медиа, получивших широкое распространение с развитием Интернета и новых цифровых технологий

#### 2.4 Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и зачетных единицах)

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах	Распределение по семестрам					
		<u>1</u> сем	<u>2</u> сем	<u>3</u> сем	<u>4</u> сем.	<u>5</u> сем	<u>6</u> – сем.
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
<b>1.Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:</b>	<b>108</b>					<b>108</b>	
1.1.Аудиторные занятия, в т. ч.:	<b>52</b>					<b>52</b>	
1.1.1.Лекции	<b>18</b>					<b>18</b>	
1.1.2.Практические занятия, в т. ч.	<b>34</b>					<b>34</b>	
1.2.Самостоятельная работа, в т. ч.:	<b>56</b>					<b>56</b>	
1.2.1. Подготовка к экзаменам							
1.3. Консультации Контроль							
Итоговый контроль (Экзамен, Зачет, диф. зачет - указать)	<b>Зачет</b>					<b>Зачет</b>	

#### 2.5 Содержание дисциплины

##### 2.5.1 Тематический план и трудоемкость аудиторных занятий (модули, разделы дисциплины и виды занятий) по рабочему учебному плану

Раздел дисциплины и темы	Всего, часов	Лекции, час.	Практические занятия, час.	Самостоятельная, час.	Контрольные работы, час.
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
Тема 1. Деловая журналистика как институциональное образование	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
Тема 2. Цель, задачи и функции деловой журналистики					

Тема 3. История становления деловой журналистики России	6	2	4		
Тема 4. Развитие деловой журналистики в мировом медиапространстве.					
Тема 5. Типология деловой прессы.	6	2	4		
Тема 6. Правила работы с источниками информации и методы сбора информации в деловых СМИ.	6	2	4		
Тема 7. Аналитическая журналистика в экономической и деловых медиа.	6	2	4		
Тема 8. Принципы работы журналиста делового масс-медиа.	6	2	4		
Тема 9. Жанры деловой журналистики	6	2	4		
Тема 10. Составление и редактирование контента в деловых масс-медиа.	6	2	4		
Тема 11. Этический кодекс журналиста. Деловой этикет.	6	2	4		
<b>ИТОГО</b>	<b>52</b>	<b>18</b>	<b>34</b>		

### 2.5.2 Краткое содержание разделов дисциплины в виде тематического плана

#### Тема 1. Деловая журналистика как институциональное образование.

В процессе развития общественно-производственных отношений и появления регуляторов этих отношений в форме правовых актов и законов возникла необходимость в распространении законодательной информации о товарно-обменной деятельности. Экономический фактор сыграл важнейшую роль в возникновении и развитии деловой журналистики как своеобразной формы бизнес-коммуникации и информационной деятельности. В отечественной научной литературе, посвященной проблемам средств массовой информации, идет формирование категориального аппарата, раскрывающего сущностные характеристики целого комплекса феноменов, связанных с деловой журналистикой или составляющих ее содержание: деловая информация, информационные потребности предпринимательства, деловые СМИ,

деловая пресса, качественная деловая пресса, деловые издания, деловая газета, экономическая публицистика и другие.

## **Тема 2. Цель, задачи и функции деловой журналистики.**

В рамках данной лекции студенты узнают, что такое деловая журналистика, каково ее предназначение среди других журналистских направлений. Задачи деловой журналистики: - анализ главных событий в стране, их влияние на деловую жизнь; - обеспечение аудитории оперативной коммерческой информацией; - распространение делового опыта; - формирование идеологии бизнеса и другие. Функции деловых медиа: формирование общественного мнения, справочная, аналитическая, рекреативная, формирование делового медиапространства и другие.

## **Тема 3. История становления деловой журналистики России**

Становление деловой журналистики в России 1880-1917 гг. Экономическая журналистика в СССР в 1920-1980-е гг., ее основные медиа предшественники. Развитие делового медийного пространства в России 1990-2000-х гг. Создание и развитие газет "Коммерсант", "Ведомости", "Независимой газеты" и т.д. Тенденции развития рынка российских деловых медиа в указанный период.

## **Тема 4. Развитие деловой журналистики в мировом медиапространстве.**

Становление деловой журналистики в общемировом медийном пространстве (1860-1980-е гг.): общая характеристика. Первые журналисты, работавшие в формате деловой журналистики. Современная деловая журналистика в США и странах Евросоюза. Современные тенденции развития данного направления журналистики и его основные функции: информационная, формирование общественного мнения, социальная, аналитическая, рекламно-справочная.

## **Тема 5. Типология деловой прессы.**

Типология (выявление типов и типформирующих признаков изданий) позволяет понять закономерности перехода объектов из одной группы в другую. Она необходима для понимания места изданий в системе СМИ. Как считают исследователи, точная идентификация типа способствует взаимодействию или конкуренции изданий, позволяет определить особенности деятельности, обеспечивает

оптимальную реализацию информационной и маркетинговой политики редакции, помогает созданию эффективных моделей и выпуску качественной информационной продукции. Понимание типологии позволяет правильнее сформировать и журналистский коллектив, наметить цели и обеспечить правильное и разумное выполнение и, кроме того, выработать сумму приемов, методов и жанров, которые позволят удовлетворить аудиторию, на которую рассчитано конкретное издание.

## **6. Правила работы с источниками информации и методы сбора информации в деловых СМИ.**

Данное занятие предусматривает ознакомление студентов с такой категорией собеседников, как институт экспертов. Систематизация источников информации в деловом медиа, специфика и методы работы с ними. Типы источников информации. Законодательная и исполнительная власть как источник информации. Административные службы и общественные структуры. Информационные агентства и пресс-службы. Предприятия и учреждения, учреждения науки. Персоналии: эксперты, консультанты, коллеги. Визуальное наблюдение. Источники, ресурсы и носители информации. Специфика и способы использования различных носителей информации. Беседа, интервью, случайный разговор. Работа в архивах и библиотеках. Интернет-ресурсы как источник информации для журналиста. Правила работы с ними.

## **Тема 7. Аналитическая журналистика в экономической и деловых медиа.**

Требования к аналитической статье или обзору. Особенности, структура и техника подготовки аналитической статьи (обзора). Заметка в системе жанров деловых медиа. Правила подготовки. лекционное занятие. Аналитическая журналистика: цели и задачи. Информационная и аналитическая задачи. Особенности и техника подготовки аналитической статьи (обзора). Ключевые информационные источники. Институт экспертов. Принципы аналитики: определение факторов, причинно-следственных связей, описание процессов и оценка тенденций и прогноз развития событий. Структура аналитического материала.

**Тема 8. Принципы работы журналиста делового масс-медиа.** В рамках данного занятия студенты узнают правила и принципы творческой деятельности журналистов

деловых СМИ: насколько важно соответствовать формату редакции, в которой работаешь, соблюдать корпоративные правила, чего стоит избегать в работе.

### **Тема 9. Жанры деловой журналистики.**

Студенты узнают жанровую систему, распространенную в современной деловой журналистике. Речь пойдет о заметке, интервью, комментарии, статье, обзоре, портретном очерке. Требования к корреспондентской статье, ее типы и структура, техника подготовки. Корреспонденция как развитие новостной заметки, детальность изложения. Единичность события, явления, действия. Фактология, оценка, суждения. Отражение поверхностного суждения. Отличия от репортажа и аналитической статьи.

### **Тема 10. Составление и редактирование контента в деловых масс-медиа.**

В рамках двух занятий студенты познакомятся с правилами подготовки, написания и редактирования текстов для деловых масс-медиа. Значительное внимание также будет уделено взаимоотношениям редактора и журналиста.

### **Тема 11. Этический кодекс журналиста. Деловой этикет.**

Соотношение этики и корпоративности.

### **2.5.3 Краткое содержание семинарских/практических занятий/лабораторного практикума**

Практические занятия по дисциплине «Гражданская и деловая журналистика» предполагают проведение следующих видов работ:

1. *Проверка результатов еженедельного мониторинга* ведущих СМИ и медиаплатформ Армении, России и зарубежья, определение ключевых тем повестки дня средств массовой информации.
2. *Определение ключевых медиакейсов* и разбор основных тенденций.
3. *Устный опрос* по актуальным темам повестки дня СМИ и изученному теоретическому материалу с целью закрепить полученные в ходе лекций знания, выработать способность критически оценивать медиаповестку,

проводить четкое различие рекламного, пиар-, пропагандистского и журналистского контента.

4. *Подготовка журналистских материалов разных жанров и форматов* исходя из актуальной повестки дня СМИ с целью подготовить студентов к экзамену по данной дисциплине и практической деятельности на разных медиаплатформах.
5. *Проверка домашних заданий* – обзоров, аналитических докладов, журналистских материалов с целью обеспечить освоение теоретического материала и выработку практических навыков исследовательской и медийной деятельности.

#### 2.5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Соответствующая количеству студентов аудитория, проектор, интернет

#### 2.6 Модульная структура дисциплины с распределением весов по формам контролей

Формы контролей	Вес формы (форм) текущего контроля в результирующей оценке текущего контроля (по модулям)		Вес формы промежуточного контроля в итоговой оценке промежуточного контроля		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей (семестровой оценке)		Весы результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля
	M1 <sup>1</sup>	M2	M1	M2	M1	M2			
Вид учебной работы/контроля									

<sup>1</sup> Учебный Модуль

Контрольная работа (при наличии)								
Устный опрос (при наличии)	0,5							
Письменные домашние задания (при наличии)	0,5							
Реферат (при наличии)								
Эссе (при наличии)								
Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля								0,5
<b>Вес итогового контроля (Экзамен/зачет) в результирующей оценке итогового контроля</b>								0,5
	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$

### 3 Теоретический блок (указываются материалы, необходимые для освоения учебной программы дисциплины)

#### 3.1

1. Коханова, Л.А. Основы теории журналистики [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Журналистика" /- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 536 с. - (Серия "Медиаобразование").
2. Стровский, Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Журналистика" / Д.Л. Стровский. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 359 с. - (Серия "Медиаобразование").
3. Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Государственное и муниципальное управление" /
4. Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации. - М.: КноРус, 2009. - 431 с. (50 экз.). 7.2.



5. Журналист в поисках информации / Сост. В. В. Авдеев. М., 1997.
6. Коробейников В. С. Редакция и аудитория: Социологический анализ. М., 1983.
7. Лысакова И. П. Язык газеты и типология прессы: социологическое исследование. СПб., 2005.
8. Мансурова В. Д. Журналистская картина мира: проблема адекватности отражения действительности //СМИ в современном мире. СПб., 1997.
9. Мельник Г. С., Почкай Е. П. Методы научного анализа журналистского творчества. СПб., 1996.
10. Мисонжников Б. Я. Деловое издание в лабиринте медиарынка // Журналистика: исследования – методология – практика: Сб. статей / Отв. ред. Г. В. Жирков. СПб., 2004.
11. Муратов С. А. Нравственные принципы тележурналистики: Опыт этического кодекса. М., 1997.
12. Олешко В. Ф. Социожурналистика. Екатеринбург, 1998.
13. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: Учеб. пособие. Изд.3-е, испр. и доп. М., 2000.
14. Саморегулирование средств массовой информации: учебно-практические материалы. М., 2005.
15. Свитич Л. Г. Феномен журнализма. М., 2000.
16. Сергачев В. Я. Деловая пресса региона: состояние и перспективы развития: Автореф. канд. дис. СПб., 2000.

#### **Дополнительная литература:**

1. Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. - М.: РИП-холдинг, 2006. - 200 с. (46 экз.)
2. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. - М.: Аспект Пресс, 2004. 398 с.
3. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. - М.:РИП Холдинг, 2012-322 с.
4. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика" / А.А. Тертычный. - Москва : Аспект Пресс, 2010. - 351с. ;

#### **4. Фонды оценочных средств**

##### **4.1 Планы практических и семинарских занятий**

Планы практических занятий. Практические занятия по дисциплине делятся на два основных типа, каждый из которых нацелен на освоение теоретического блока и совершенствование журналистских навыков по анализу материалов СМИ и подготовке собственного контента.

##### ***План практического занятия Тип 1:***

- А. Опрос и проверка рабочих блогов студентов с результатами еженедельного мониторинга.
- Б. Определение ключевых тенденций повестки дня СМИ, разбор и анализ медиакейсов.
- В. Опрос теоретического материала.

##### ***План практического занятия Тип 2:***

- А. Опрос теоретического материала и анализ материалов СМИ.
- Б. Разбор собственного контента, редактирование и публикация материалов в рабочих блогах или на иных медиаплатформах.
- В. Продвижение собственного медиаконтента в соцсетях.

##### **4.2 Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов**

Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов определяются исходя из актуальной повестки дня СМИ и пройденного теоретического материала.

#### **5. Методический блок**

##### **5.1 Методика преподавания**

- 5.1.1** Методические рекомендации для студентов по подготовке к семинарским, практическим или лабораторным занятиям, по организации самостоятельной работы студентов при изучении конкретной дисциплины.

Учебный процесс по данному курсу осуществляется в форме лекций и практических занятий, лабораторных работ не предусмотрено. Для студентов с целью максимально эффективного освоения дисциплины предлагаются следующие методики:

- использование рекомендованной учебной и учебно-методической литературы;
- освоение технологий проведения медиамониторинга (определение хронометража, тэгов, поискового инструментария и др.);
- использование возможностей медиаагрегаторов, поисковых агрегаторов, искусственного интеллекта, баз данных и пр.;
- использование навыков операторского искусства и монтажа, фото- и видеосъемок;
- применение методов опросов, анкетирования и интервьюирования;
- использование SMM-инструментария.