

Специализированная магистратура

Коммуникационные исследования:
новые темы, медиа и аудитория



Специализированная магистратура

Исследование коммуникации: новые темы, медиа и аудитория

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techtitute.com/ru/journalism-communication/professional-master-degree/master-research-communication-new-topics-media-audiences

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Компетенции

стр. 12

04

Руководство курса

стр. 16

05

Структура и содержание

стр. 20

06

Методология

стр. 32

07

Квалификация

стр. 40

01

Презентация

Одним из основных недостатков, выявленных в мире коммуникационных исследований, является отсутствие специальной подготовки у многих специалистов в данной области. Традиционные способы классических медиа, такие как телевидение и кино, были дополнены вариантами новых форм потребления и коммуникации: Netflix, HBO и Amazon Prime. Данная программа обучает студента этапам, которые необходимо пройти для создания осуществимого и основательного исследовательского проекта. Вы научитесь различать правильный подход в зависимости от целей, преследуемых в проекте, различать соответствующие инструменты для сбора информации и ее окончательного распространения.



PGMA PGM100TV

Презентация | 05 **tech**



“

Узнайте, как разработать полный и хорошо обоснованный проект коммуникационного исследования, используя соответствующие инструменты традиционных моделей и новых парадигм”

Исследования в области коммуникационных наук имеют свои собственные протоколы; научиться различать правильный подход в зависимости от целей, преследуемых в проекте, и овладеть правильными инструментами для его разработки.

В рамках данной Специализированной магистратуры будут методично разрабатываться все аспекты исследовательской работы. Традиционные способы проведения исследований в устоявшихся средствах массовой информации, таких как телевидение и кино, будут рассматриваться с новым и интенсивным дополнением. Будет рассмотрена модель коммуникации и ее наиболее успешные представления: Netflix, HBO и Amazon Prime, чтобы понять новые правила коммуникации и формы потребления.

Однако в так называемый "информационный век" без должного развития навыков цифровых технологий, критического мышления и управления информацией существуют неоднозначные истины, домыслы и необоснованные мнения, которые повторяются без тщательной проверки. Поэтому будут рассмотрены основные алгоритмы, которые защищают от так называемого феномена *Fake news*.

При изучении коммуникации крайне важно определить эволюцию средств массовой информации и правила, используемые в каждом из них. Facebook, Instagram, Twitter, Youtube выделяются как новые пространства, в которых взаимодействует общество. В качестве нового элемента ТЕСН добавил навыки рефлексивного лидерства, с последующими стратегиями для определения возможностей для изменений, действий и видимости достигнутого.

Все эти знания будут материализованы в исследовательском проекте, и его подход, с теоретической обоснованностью и научной строгостью, станет конечным продуктом данной программы. Данный проект будет сопровождаться и контролироваться экспертами, которые в текущих запросах найдут идеальное пространство для реализации проекта.

Данная **Специализированная магистратура в области коммуникационных исследований: новые темы, медиа и аудитория** содержит самую полную и современную образовательную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Новейшие технологии в области программного обеспечения для электронного обучения
- ♦ Абсолютно наглядная система обучения, подкрепленная графическим и схематическим содержанием, которое легко усвоить и понять
- ♦ Разработка практических кейсов, представленных практикующими экспертами
- ♦ Современные интерактивные видеосистемы
- ♦ Дистанционное преподавание
- ♦ Системы постоянного обновления и переработки знаний
- ♦ Саморегулируемое обучение: абсолютная совместимость с другими обязанностями
- ♦ Практические упражнения для самооценки и проверки знаний
- ♦ Группы поддержки и образовательная совместная деятельность: вопросы эксперту, дискуссии и форумы знаний
- ♦ Общение с преподавателем и индивидуальная работа по ассимиляции полученных знаний
- ♦ Доступ к учебным материалам с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет
- ♦ Доступ к дополнительным материалам во время и после окончания программы обучения



Развивайте свои исследовательские навыки и учитесь определять сюжетные узлы и проблемы в повседневной среде"

“

Контекстуальное и основанное на реальных кейсах обучение, которое позволит вам применить полученные знания на практике с помощью новых навыков и компетенций”

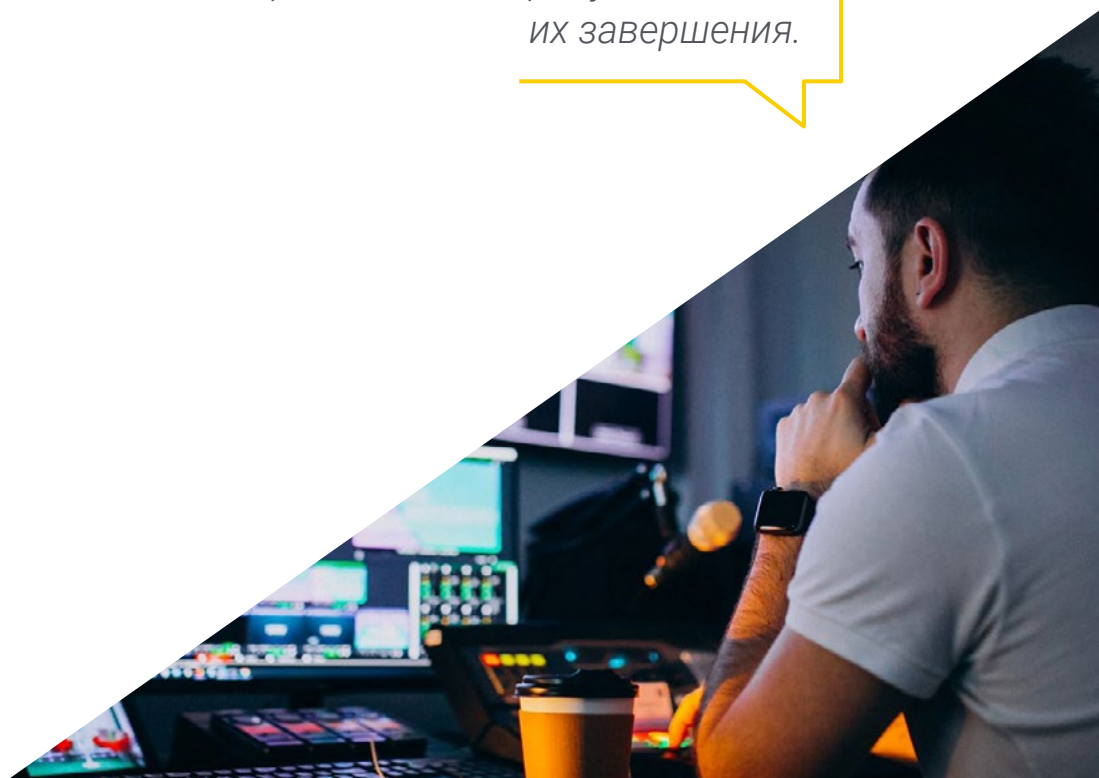
Наш преподавательский состав состоит из практикующих специалистов. Таким образом, достигается поставленная цель обновления образования. Междисциплинарный штат квалифицированных и опытных преподавателей, работающих в различных средах, будет эффективно развивать теоретические знания, но, прежде всего, они предоставят практические знания, полученные из собственного опыта; это одно из отличительных качеств данного обучения.

Такой уровень владения предметом дополняется эффективностью методологического формата данной программы Специализированной магистратуры. Программа разработана многопрофильной командой экспертов в области *электронного обучения* и объединяет в себе последние достижения в области образовательных технологий. Таким образом, вы сможете учиться с помощью ряда удобных и универсальных мультимедийных инструментов, которые обеспечат вам необходимую оперативность в обучении.

В основе данной программы лежит проблемно-ориентированное обучение: подход, который рассматривает обучение как исключительно практический процесс. Для эффективности дистанционного обучения, мы используем телепрактику: с помощью инновационной системы интерактивного видео и раздела «Обучение у эксперта» вы сможете получить знания таким образом, как если бы вы непосредственно столкнулись с изучаемой ситуацией в данный момент. Концепция, которая позволит вам интегрировать и закрепить обучение более реалистичным и постоянным способом.

Рассматриваемые вопросы и медиа, которые будут изучаться, являются теми, которые доминируют в сценарии коммуникации на сегодняшний день: Интернет и все связанные с ним СМИ.

Практическая и реальная программа, которая даст вам необходимые инструменты для распространения и демонстрации ваших продуктов после их завершения.



02

Цели

Целью ТЕСН является подготовка высококвалифицированных специалистов для получения опыта работы. Данная цель в глобальном масштабе дополняется содействием развитию человеческого потенциала, который закладывает основы лучшего общества. Данная цель материализуется в том, чтобы помочь специалистам в области коммуникации получить доступ к гораздо более высокому уровню компетентности и контроля. Цель, которая всего за шесть месяцев может быть достигнута с помощью курса высокой интенсивности и точности.





“

Во время обучения в Специализированной магистратуре вы приобретете способность выявлять проблемные ситуации и исследовательские возможности и профессионально решать их с помощью соответствующих инструментов”



Общие цели

- ♦ Устанавливать проблемы исследования
- ♦ Разработать контекстуальную структуру
- ♦ Создавать и подтверждать модели
- ♦ Создавать и подтверждать инструменты для сбора данных
- ♦ Освоить методы анализа данных
- ♦ Структурировать научную статью
- ♦ Овладеть навыками научного письма
- ♦ Обладать способностью участвовать в научном собрании и делать результаты наглядными
- ♦ Разрабатывать навыки управления информацией, критического мышления и решения проблем



Развивайте коммуникативные навыки и формальные средства для распространения и демонстрации качественной продукции в социальных и академических сценариях большего масштаба"





Конкретные цели

Модуль 1. Методология исследования: перспективы и парадигмы

- ♦ Различать различные методологии и подходы в исследованиях и уметь выбрать наиболее подходящий для своего исследовательского проекта
- ♦ Выбрать подходящую методологию в соответствии с направлением проводимого исследования

Модуль 2. Исследования, применяемые в кино, телевидении и новых медиа (Netflix, HBO, Amazon Prime)

- ♦ Определить новые области исследований в сфере коммуникации и их возможности для исследовательской работы
- ♦ Выбрать соответствующее направление исследований для наглядности, а также для обоснованности вашего исследования

Модуль 3. Этика и принятие решений для коммуникаторов

- ♦ Оценить этические элементы, связанные с процессом коммуникации
- ♦ Различать важность применения в современном мире фундаментальных этических принципов

Модуль 4. Сила мнения и кризис коммуникации

- ♦ Различать особенности процесса коммуникации в современном мире и элементы, подрывающие достоверность каждого информативного факта
- ♦ Различать правдивую и манипулируемую информацию

Модуль 5. Цифровая среда и процесс коммуникации

- ♦ Выявлять возможности для исследований и коммуникации в новых средствах коммуникации, а также для наглядности создаваемых продуктов
- ♦ Различать возможности и потенциал наиболее распространенных новых медиа для создания успешных отношений с их социокультурным окружением

Модуль 6. Последние исследования в области коммуникации

- ♦ Понимать новые средства коммуникации и сложность их построения
- ♦ Знать и применять критерии, необходимые для их положительного позиционирования

Модуль 7. Новые средства коммуникации в XXI веке

- ♦ Дискриминировать новые сценарии коммуникации и их правила, чтобы вмешаться в них в качестве объекта изучения и контекста для действий
- ♦ Принимать во внимание важность и несомненную действенность новых медиа и коммуникационных пространств

Модуль 8. Исследование и его распространение

- ♦ Узнать о различных сценариях и возможностях для наглядности исследований в области коммуникации
- ♦ Воспользоваться наиболее подходящими пространствами для распространения своих исследований и отличить их от менее эффективных

Модуль 9. Рефлексивный лидер в коммуникации: выявление проблем

- ♦ Укрепить навыки решения проблем в качестве рефлексивного лидера и использовать возможности в коммуникационных исследованиях
- ♦ Разработать стратегии решения проблемных ситуаций

Модуль 10. Финальный проект

- ♦ Применить на практике полученные знания путем разработки и применения исследовательского проекта в области коммуникации
- ♦ Определить возможности исследования и реализовать проект, используя соответствующие инструменты, теории и методологии

03

Компетенции

Коммуникация - это область, которая постоянно развивается и совершенствуется. Данная характеристика означает, что ее специалисты должны быть людьми, по-настоящему увлеченными своей работой: постоянная переработка и обновление знаний - одно из важнейших требований, чтобы оставаться на передовых позициях относительно качества. Данная Специализированная магистратура позволит вам приобрести необходимые навыки в данной области. Вы разработаете три ключевые сквозные компетенции: управление информацией, критическое мышление и решение проблем. Каждая из них определяется уровнями освоения и показателями, которые усложняются по мере прохождения программы. Комплексный подход высокого уровня в учебной программе отличает ее от подобных предложений на рынке.



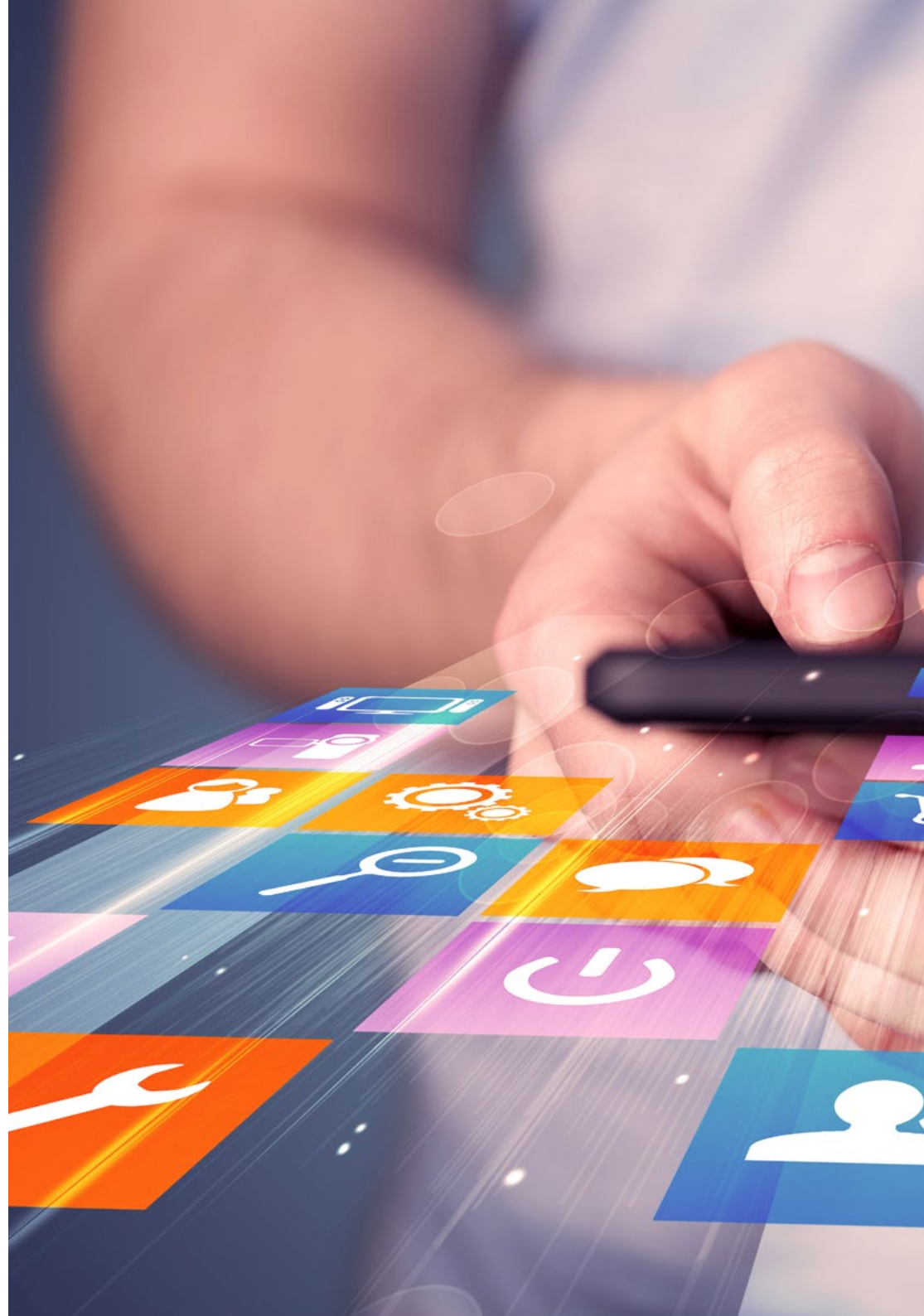
“

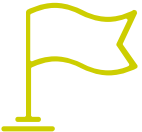
Необходимые навыки, которые позволят вам занять передовые позиции в сфере коммуникации, в любой из ее областей, посредством постепенного и интенсивного развития ваших личных и профессиональных инструментов”



Общие профессиональные навыки

- ♦ Различать основные отличия между исследовательскими методологиями
- ♦ Выбрать, в соответствии с характером и свойствами объекта исследования, правильную методологию, а также соответствующие методы и инструменты для сбора данных
- ♦ Определить возникающие темы и вопросы
- ♦ Обладать способностью вставлять свои исследования в наиболее актуальные и обоснованные направления исследований
- ♦ Различать особенности процесса коммуникации в современном мире и элементы, подрывающие достоверность каждого информативного факта





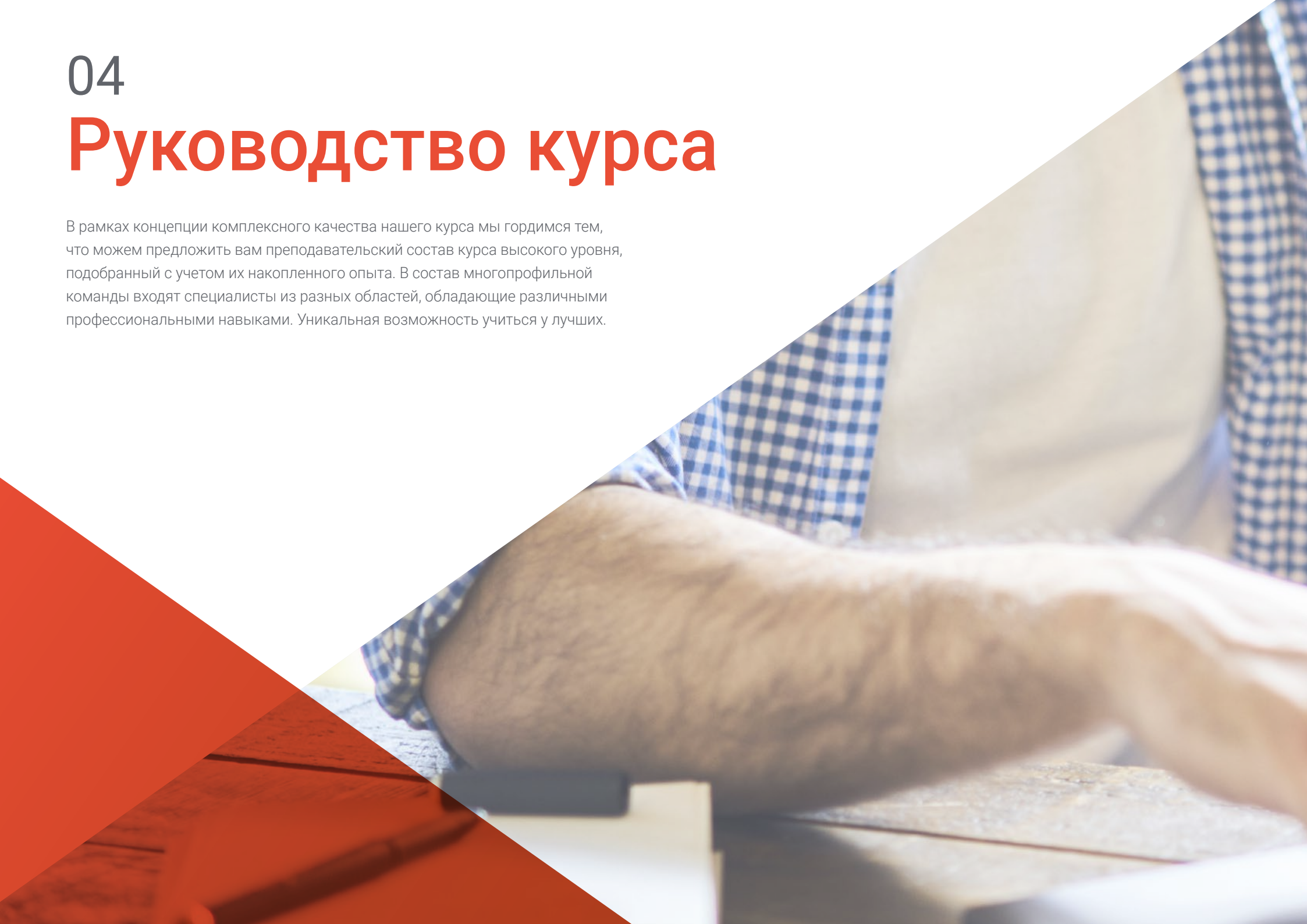
Профессиональные навыки

- ♦ Различать правдивую и манипулируемую информацию
- ♦ Уметь систематически соотносить соответствующую информацию различного происхождения и характера, чтобы адекватно реагировать на различные подходы посредством тщательного интеллектуального производства, уважающего авторское право
- ♦ Строго и методично оценивать имеющуюся информацию, чтобы определить наиболее подходящее новое решение или изменение
- ♦ Определить функциональные возможности новых сред для соответствующей обработки различных типов информации
- ♦ Использовать выбор самоопределяющихся сред для эффективного управления информацией в рамках своей профессиональной практики
- ♦ Определить возможности проведения исследований в области коммуникации
- ♦ Эффективно интегрировать свои исследования в возникающие тематические области
- ♦ Признать важность новых коммуникационных пространств для понимания социальных событий в разных пространствах и временах
- ♦ Проверять и обновлять свои знания о новых коммуникационных пространствах, различных видах и представляющих интерес для понимания окружающей среды
- ♦ Представлять содержание своих исследований в последовательной и слаженной манере в соответствующих условиях
- ♦ Аргументировать идеи с помощью различных моделей дискурса с определенной целью
- ♦ Способствовать сознательной активации психических, мотивационных и инструментальных процессов, необходимых для обучения и самостоятельной работы, как индивидуально, так и в команде
- ♦ Проанализировать известные стратегии решения проблемы и изучить новые варианты, демонстрируя творческий подход к формулировке предложений
- ♦ Понимать характер проблемы и/или потребности в контексте исследования и предлагать действия для решения проблемы и/или потребности в окружающей среде
- ♦ Разработать план действий и целей, необходимых для реализации культурного проекта, направленного на удовлетворение потребностей в данном контексте, и приступить к выполнению разработанного плана с активной позицией по отношению к культурному контексту

04

Руководство курса

В рамках концепции комплексного качества нашего курса мы гордимся тем, что можем предложить вам преподавательский состав курса высокого уровня, подобранный с учетом их накопленного опыта. В состав многопрофильной команды входят специалисты из разных областей, обладающие различными профессиональными навыками. Уникальная возможность учиться у лучших.



“

Впечатляющий преподавательский состав, состоящий из профессионалов в разных областях знаний, передаст вам свои знания во время обучения: уникальная возможность, которую нельзя упустить”

Руководство



Д-р Дель Валье Мехиас, Мария Елена

- ♦ Доктор педагогических наук
- ♦ Эксперт в области *E-learning*, платформ и контента
- ♦ Эксперт в области учебного дизайна на основе компетенций

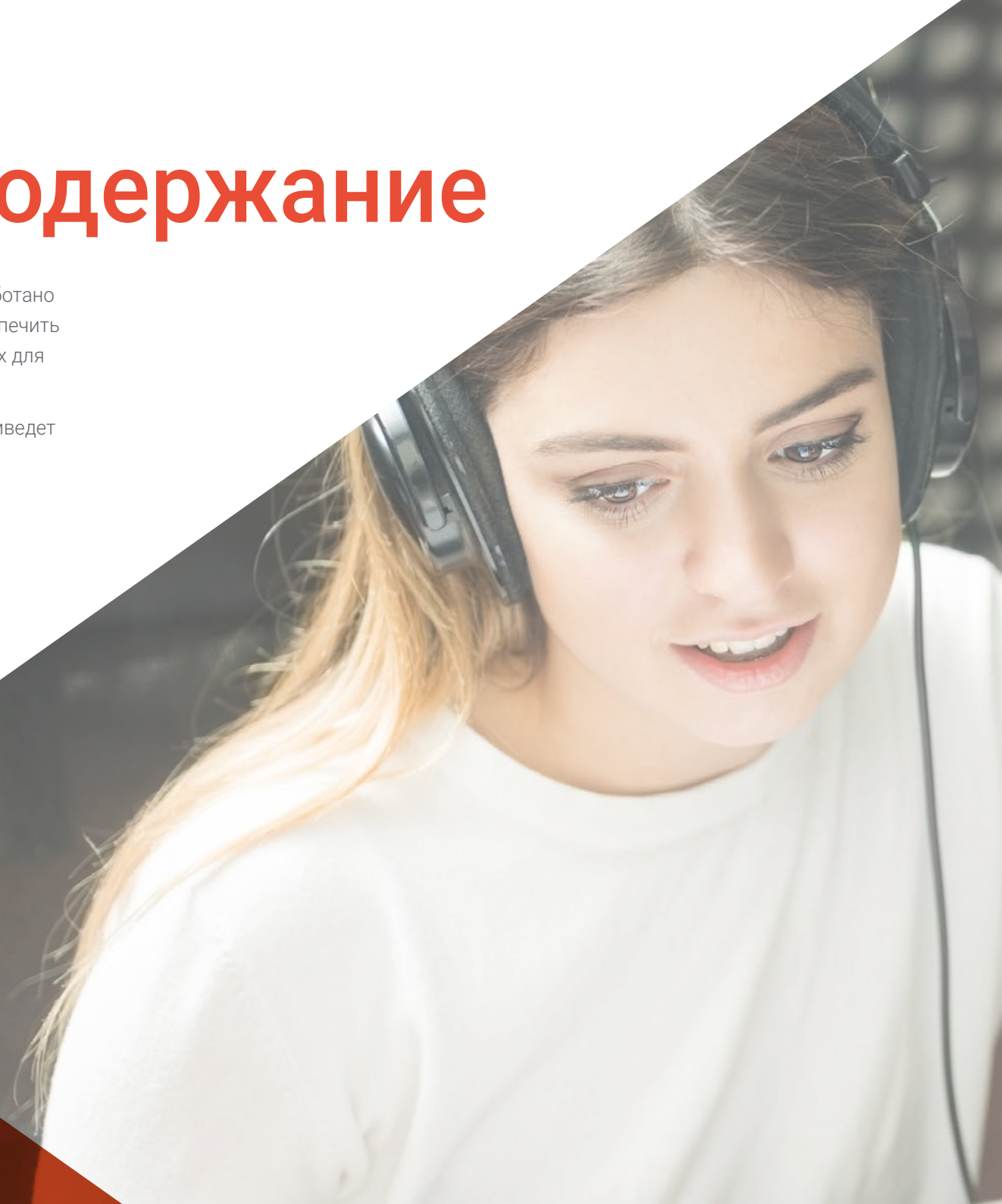


05

Структура и содержание

Содержание данной Специализированной программы было разработано различными специалистами этой программы с четкой целью: обеспечить приобретение студентами всех и каждого из навыков, необходимых для того, чтобы стать настоящими профессионалами в этой области.

Комплексная и хорошо структурированная программа, которая приведет вас к высочайшим стандартам качества и успеха.



“

Полноценная программа обучения, структурированная в отлично разработанные дидактические единицы, ориентированные на обучение, совместимое с вашей личной и профессиональной жизнью”

Модуль 1. Методология исследования: перспективы и парадигмы

- 1.1. Что такое исследование?
 - 1.1.1. Концепция
 - 1.1.2. Характеристики
 - 1.1.3. Типы
 - 1.1.4. Различия
- 1.2. Этапы научного исследования
 - 1.2.1. Концепция
 - 1.2.2. Процессы, задействованные в каждом из них
 - 1.2.3. Инструменты для каждого этапа
 - 1.2.4. Анализ примеров
- 1.3. Исследовательские парадигмы
 - 1.3.1. Позитивистская
 - 1.3.2. Конструктивистская
 - 1.3.3. Социально-критическая
 - 1.3.4. Интерпретативная
- 1.4. Качественные исследования
 - 1.4.1. Концепция
 - 1.4.2. Характеристики
 - 1.4.3. Инструменты и приспособления
 - 1.4.4. Отличия от других подходов
- 1.5. Количественные исследования
 - 1.5.1. Концепция
 - 1.5.2. Характеристики
 - 1.5.3. Инструменты и приспособления
 - 1.5.4. Объяснение и причинно-следственная связь
- 1.6. Опрос
 - 1.6.1. Концепция
 - 1.6.2. Характеристики
 - 1.6.3. Типы
 - 1.6.4. Построение инструментов



- 1.7. Опросник
 - 1.7.1. Концепция
 - 1.7.2. Характеристики
 - 1.7.3. Типы
 - 1.7.4. Построение инструментов
- 1.8. Разработка инструментов
 - 1.8.1. Размеры
 - 1.8.2. Показатели
 - 1.8.3. Базовые компоненты
 - 1.8.4. Валидация
- 1.9. Глубинное интервью
 - 1.9.1. Концепция
 - 1.9.2. Характеристики
 - 1.9.3. Типы
 - 1.9.4. Построение инструментов
- 1.10. Фокус-группа
 - 1.10.1. Определение
 - 1.10.2. Сценарий вопросов
 - 1.10.3. Типы
 - 1.10.4. Дизайн

Модуль 2. Исследования, применяемые в кино, телевидении и новых медиа (Netflix, HBO, Amazon Prime)

- 2.1. Аудиовизуальные исследования
 - 2.1.1. Замечание
 - 2.1.2. Этнография
 - 2.1.3. Аудиовизуальный язык
- 2.2. Направления исследований
 - 2.2.1. Эстетика и социальная репрезентация
 - 2.2.2. Реальность и вымысел
 - 2.2.3. Управление аудиовизуальной культурой
 - 2.2.4. Культурное выражение и разнообразие
- 2.3. Трансмедийное повествование
 - 2.3.1. Концепция
 - 2.3.2. Характеристики
 - 2.3.3. Основные принципы
 - 2.3.4. Задачи трансмедийного повествования
- 2.4. Новые формы потребления информации
 - 2.4.1. Сознательные технологии
 - 2.4.2. "Шпионские" приложения
 - 2.4.3. Цифровая идентичность
 - 2.4.4. Интернет вещей
- 2.5. Теории трансмедийной коммуникации
 - 2.5.1. Происхождение
 - 2.5.2. *Брендинг*
 - 2.5.3. *Мерчендайзинг*
 - 2.5.4. *Сторителлинг*
- 2.6. Культурные изменения и новые медиа
 - 2.6.1. Культурные изменения/изменения СМИ
 - 2.6.2. Порталы, поисковые системы и каталоги
 - 2.6.3. Средства участия
 - 2.6.4. Контркультура и цифровая культура
- 2.7. Аудитория. Изменения в структуре потребления
 - 2.7.1. Описание
 - 2.7.2. Классификация
 - 2.7.3. Информационное потребление
 - 2.7.4. Анализ информационного потребления

- 2.8. Медиаморфоза
 - 2.8.1. Как меняется отрасль?
 - 2.8.2. Эволюция-инволюция
 - 2.8.3. 1-я, 2-я и 3-я медиаморфоза
 - 2.8.4. Непосредственность медиа
- 2.9. Сравнительный анализ в СМИ
 - 2.9.1. Взаимодействие
 - 2.9.2. Применение
 - 2.9.3. Медиа
 - 2.9.4. Целевая аудитория
- 2.10. Технологии и социальные изменения
 - 2.10.1. Концепции
 - 2.10.2. Характеристики
 - 2.10.3. От Гутенберга до Facebook
 - 2.10.4. Технологический детерминизм

Модуль 3. Этика и принятие решений для коммуникаторов

- 3.1. Этика
 - 3.1.1. Концепция
 - 3.1.2. Объект этики
 - 3.1.3. Ценность этики
 - 3.1.4. Этика и мораль
- 3.2. Этика коммуникатора
 - 3.1.2. Профессиональные обязанности
 - 3.2.2. Правдивость
 - 3.3.2. Объективность
 - 3.4.2. Профессиональная тайна и уважение к частной жизни
- 3.3. Принятие решений
 - 3.3.1. Концепция
 - 3.3.2. Задействованные процессы
 - 3.3.3. Виды решений
 - 3.3.4. Требования к принятию решений

- 3.4. Этические дилеммы в современной коммуникации
 - 3.4.1. Кибербуллинг
 - 3.4.2. Информационные ограничения
 - 3.4.3. Плагиат
 - 3.4.4. Меньшинства и дискриминация
- 3.5. Риски и возможности этических рассуждений
 - 1.5.3. Происхождение
 - 2.5.3. Последствия
 - 3.5.3. Основные сценарии
 - 4.5.3. Анализ кейсов
- 3.6. Аргументация и этика
 - 3.6.1. Концепция
 - 3.6.2. Характеристики
 - 3.6.3. Элементы аргументации
 - 3.6.4. Стратегии аргументации
- 3.7. Микрокоммуникация и этика
 - 3.7.1. Происхождение
 - 3.7.2. Последствия
 - 3.7.3. Основные сценарии
 - 3.7.4. Анализ кейсов
- 3.8. *Заинтересованные стороны* коммуникации
 - 3.8.1. Концепция
 - 3.8.2. *Первостепенные заинтересованные стороны*
 - 3.8.3. *Второстепенные заинтересованные стороны*
 - 3.8.4. *Теория заинтересованных сторон*
- 3.9. Интеграция этики в процесс принятия решений
 - 3.9.1. Правила и принципы в принятии решений
 - 3.9.2. Процесс принятия решений
 - 3.9.3. Факторы, влияющие на принятия решений
 - 3.9.4. Критерии для принятия этических решений
- 3.10. Задачи современной этики
 - 3.10.1. Этика и разнообразия
 - 3.10.2. Этика и свобода человека
 - 3.10.3. Этика и ценности
 - 3.10.4. Этика, цель и средства



facebook®

Модуль 4. Сила мнения и кризис коммуникации

- 4.1. Концепция мнения
 - 4.1.1. Элементы
 - 4.1.2. Связанные концепции
 - 4.1.3. Мнение и тенденции
 - 4.1.4. Анализ мнения
- 4.2. Мнение vs. Спекуляции
 - 4.2.1. Элементы
 - 4.2.2. Связанные концепции
 - 4.2.3. Мнение и тенденции
 - 4.2.4. Анализ кейсов
- 4.3. Основы мнения
 - 4.3.1. Психологические основы мнения
 - 4.3.2. Как формируется мнение?
 - 4.3.3. Примеры мнений
 - 4.3.4. Нормативно-правовая база для выражения мнения
- 4.4. Дискурс в коммуникации
 - 4.4.1. Концепция
 - 4.4.2. Элементы дискурса
 - 4.4.3. Дискурс и медиа
 - 4.4.4. Дискурс и контекст
- 4.5. Мнение и меньшинства
 - 4.5.1. Концепция
 - 4.5.2. Политическое управление мнением
 - 4.5.3. Мнение и жанр
 - 4.5.4. Мнение и общественное мнение
- 4.6. Правда и постправда
 - 4.6.1. Концепции
 - 4.6.2. Характеристики
 - 4.6.3. Контекст, в котором возникает постправда
 - 4.6.4. Постправда и идеология

- 4.7. Кризис коммуникации
 - 4.7.1. Концепция
 - 4.7.2. Причины
 - 4.7.3. Последствия
 - 4.7.4. Как справляться с этим?
- 4.8. Демократия знаний или стандартизация игнорирования?
 - 4.8.1. Основные понятия
 - 4.8.2. Пространства для знаний
 - 4.8.3. Уровни знаний в современном обществе
 - 4.8.4. Обязательства, которые необходимо принять
- 4.9. Реакция и действия на коммуникационный кризис
 - 4.9.1. Проактивные действия
 - 4.9.2. Реакционные действия
- 4.10. Органы власти и референты
 - 4.10.1. Концепции
 - 4.10.2. Основа власти
 - 4.10.3. Характеристики
 - 4.10.4. Критерии оценки

Модуль 5. Цифровая среда и процесс коммуникации

- 5.1. Цифровые среды и новая информационная архитектура
 - 5.1.1. Основные понятия
 - 5.1.2. Характеристики
 - 5.1.3. Ресурсы
 - 5.1.4. Важность цифровых сред
- 5.2. Возможности коммуникации в цифровой среде
 - 5.2.1. Преимущества
 - 5.2.2. Недостатки
 - 5.2.3. Использование сред
 - 5.2.4. Веб 2.0
- 5.3. Качество медиа
 - 5.3.1. Характеристики
 - 5.3.2. Контекст каждого средства информации
 - 5.3.3. Применение языка
 - 5.3.4. Структура каждого средства информации

- 5.4. Рейтинги в цифровой среде
 - 5.4.1. Карта продукта
 - 5.4.2. Надзорные организации
 - 5.4.3. Критерии оценки
 - 5.4.4. Стандарты качества
- 5.5. SEO и качество контента
 - 5.5.1. Концепция
 - 5.5.2. Характеристики
 - 5.5.3. Стратегии
 - 5.5.4. Создание качественного контента
- 5.6. Алгоритмы Google. Эксплуатация и характеристики
 - 5.6.1. Пингвин
 - 5.6.2. Панда
 - 5.6.3. Голубь
 - 5.6.4. Колибри
- 5.7. Жизненный цикл производства в цифровой среде
 - 5.7.1. Медия временного срока действия
 - 5.7.2. Определение цикла
 - 5.7.3. Культурная экология
 - 5.7.4. Вездесущность информации
- 5.9. Модели бизнеса в цифровой среде
 - 5.8.1. Существующие модели
 - 5.8.2. Характеристики окружения
 - 5.8.3. Ценностные предложения
 - 5.8.4. Эффективные стратегии
- 5.10. Истории успеха

Модуль 6. Последние исследования в области коммуникации

- 6.1. Коммуникация в XXI веке
 - 6.1.1. Контекст
 - 6.1.2. Характеристики
 - 6.1.3. Задачи коммуникации в XXI веке
 - 6.1.4. Угрозы коммуникации в XXI веке
- 6.2. Общие тенденции
 - 6.2.1. *Быстрый контент для быстрых пользователей*
 - 6.2.2. Мобильный телефон: новое пространство взаимодействия
 - 6.2.3. Приложения как медиа
 - 6.2.4. Подкаст: альтернативный способ коммуникации
- 6.3. Историческая ретроспектива исследований в области коммуникации
 - 6.3.1. Происхождение
 - 6.3.2. Представители
 - 6.3.3. Школы и тенденции
 - 6.3.4. Вклады
- 6.4. Новые темы. Новые теории
 - 6.4.1. Нормативные теории
 - 6.4.2. Классификации
 - 6.4.3. Авторитарная теория
 - 6.4.4. Либеральная теория
- 6.5. Исследование коммуникации в Картах
 - 6.5.1. Классификация по направлениям исследований
 - 6.5.2. Представители по странам
 - 6.5.3. Основные группы
 - 6.5.4. Основные продукты
- 6.6. Последние исследования в области рекламы
 - 6.6.1. Социально-экономические исследования и связанные с ними вопросы
 - 6.6.2. Исследование сообщений
 - 6.6.3. Исследование СМИ и аудитории
 - 6.6.4. Сравнение
- 6.7. Последние исследования в области СМИ
 - 6.7.1. Слушания как тема
 - 6.7.2. Рекламные агентства
 - 6.7.3. Медийные агентства
 - 6.7.4. Консультанты и советники
- 6.8. Последние исследования в области связей с общественностью
 - 6.8.1. Организации и коммуникация
 - 6.8.2. Интроспективное исследование
 - 6.8.3. Прикладное исследование
 - 6.8.4. Стратегическое исследование
- 6.9. Эталоны исследований. Акторы
 - 6.9.1. Кто они такие?
 - 6.9.2. Где они?
 - 6.9.3. Чем они занимаются?
 - 6.9.4. Каков их вклад?
- 6.10. Эталоны исследований. Проекты
 - 6.10.1. Кто они такие?
 - 6.10.2. Где они?
 - 6.10.3. Чем они занимаются?
 - 6.10.4. Каков их вклад?

Модуль 7. Новые средства коммуникации в XXI веке

- 7.1. Facebook
 - 7.1.1. Происхождение
 - 7.1.2. Характеристики
 - 7.1.3. Применение языка
 - 7.1.4. Структура
- 7.2. Информационная архитектура
 - 7.2.1. Язык
 - 7.2.2. Коды
 - 7.2.3. Изображения
 - 7.2.4. Иерархия содержания
- 7.3. Instagram
 - 7.3.1. Происхождение
 - 7.3.2. Характеристики
 - 7.3.3. Применение языка
 - 7.3.4. Структура
- 7.4. Информационная архитектура
 - 7.4.1. Язык
 - 7.4.2. Коды
 - 7.4.3. Изображения
 - 7.4.4. Иерархия содержания
- 7.5. Twitter
 - 7.5.1. Происхождение
 - 7.5.2. Характеристики
 - 7.5.3. Применение языка
 - 7.5.4. Структура
- 7.6. Информационная архитектура
 - 7.6.1. Язык
 - 7.6.2. Коды
 - 7.6.3. Изображения
 - 7.6.4. Иерархия содержания

- 7.7. YouTube
 - 7.7.1. Происхождение
 - 7.7.2. Характеристики
 - 7.7.3. Применение языка
 - 7.7.4. Структура
- 7.8. Информационная архитектура
 - 7.8.1. Язык
 - 7.8.2. Коды
 - 7.8.3. Изображения
 - 7.8.4. Иерархия содержания
- 7.9. LinkedIn
 - 7.9.1. Происхождение
 - 7.9.2. Характеристики
 - 7.9.3. Применение языка
 - 7.9.4. Структура
- 7.10. Информационная архитектура
 - 7.10.1. Язык
 - 7.10.2. Коды
 - 7.10.3. Изображения
 - 7.10.4. Иерархия содержания

Модуль 8. Исследование и его распространение

- 8.1. Научные публикации
 - 8.1.1. Концепция
 - 8.1.2. Типы
 - 8.1.3. Классификация
 - 8.1.4. Критерии отбора
- 8.2. Современные ориентиры в коммуникационных публикациях
 - 8.1.2. Показатели
 - 8.2.2. Критерии отбора

- 8.3. Научные исследования в области коммуникации и их влияние на международную арену
 - 8.3.1. Основные сценарии для исследований
 - 8.3.2. Характеристики
 - 8.3.3. Требуемые условия
 - 8.3.4. Важность прогнозирования в данных сценариях
- 8.4. Техники и стратегии написания. Как писать научные статьи?
 - 8.4.1. Структура
 - 8.4.2. Разделы и секции
 - 8.4.3. Академический язык
 - 8.4.4. Стратегии письма
- 8.5. Как сделать результаты наших исследований заметными и распространить их?
 - 8.5.1. Сценарии
 - 8.5.2. Стратегии распространения информации
 - 8.5.3. Научно-исследовательские журналы
 - 8.5.4. Соответствующие мероприятия по распространению результатов исследований
- 8.6. Публикации на английском языке
 - 8.6.1. Концепции
 - 8.6.2. Характеристики
 - 8.6.3. Различия с неанглоязычными публикациями
 - 8.6.4. Как писать для публикации в англоязычных журналах?
- 8.7. Конгрессы, семинары и сценарии распространения информации
 - 8.7.1. Концепции
 - 8.7.2. Типы
 - 8.7.3. Хищнические конгрессы
 - 8.7.4. Как правильно выбрать конгресс/семинар?
- 8.8. Исследования и НПО. Фонды, агентства и варианты финансирования
 - 8.8.1. Исследовательские проекты как платформа
 - 8.8.2. Конкурсы заявок по направлениям исследований
 - 8.8.3. Финансирование и распространение: два зайца одним выстрелом
 - 8.8.4. Основные агентства и их деятельность

- 8.9. Аргументация для убеждения в научных исследованиях
 - 8.9.1. Что такое аргументация?
 - 8.9.2. Написание и аргументация для публикации
 - 8.9.3. Действительность и релевантность в аргументации
 - 8.9.4. Физиономия научно-исследовательской статьи
- 8.10. Исследовательская статья. Структура и разновидности
 - 8.10.1. Концепции
 - 8.10.2. Структура
 - 8.10.3. Язык
 - 8.10.4. Анализ примеров

Модуль 9. Рефлексивный лидер в коммуникации: выявление проблем

- 9.1. Рефлексивный лидер в коммуникации
 - 9.1.1. Концепции
 - 9.1.2. Характеристики
 - 9.1.3. Функции
 - 9.1.4. Важность
- 9.2. Рефлексивный лидер в исследованиях
 - 9.2.1. Концепции
 - 9.2.2. Характеристики
 - 9.2.3. Функции
 - 9.2.4. Важность
- 9.3. Рефлексивное лидерство как компетенция
 - 9.3.1. Определение
 - 9.3.2. Важность
 - 9.3.3. Уровни владения
 - 9.3.4. Показатели эффективности
- 9.4. Управление исследовательскими группами
 - 9.4.1. Стратегии
 - 9.4.2. Организационная модель
 - 9.4.3. Ведение переговоров внутри группы
 - 9.4.4. Критерии оценки

- 9.5. Командная работа как компетенция
 - 9.5.1. Определение
 - 9.5.2. Важность
 - 9.5.3. Уровни владения
 - 9.5.4. Показатели эффективности
- 9.6. Идеи и стратегии для рефлексивного лидерства
 - 9.6.1. Понятие лидера
 - 9.6.2. Понятие рефлексивного лидера
 - 9.6.3. Характеристики
 - 9.6.4. Стратегии рефлексивного лидера
- 9.7. Инструменты для диагностики проблем
 - 9.7.1. Диагностика
 - 9.7.2. Оценка контекста
 - 9.7.3. Механизмы диагностики
 - 9.7.4. Важность хорошей диагностики
- 9.8. Инструменты для решения проблем
 - 9.8.1. Концепция
 - 9.8.2. Характеристики
 - 9.8.3. Инструменты
 - 9.8.4. Важность решения проблем как компетенции
- 9.9. Устойчивость при решении проблем
 - 9.9.1. Концепция
 - 9.9.2. Характеристики
 - 9.9.3. Инструменты
 - 9.9.4. Важность решения проблем как компетенции
- 9.10. Рефлексивный лидер как коуч
 - 9.10.1. Концепция коуча
 - 9.10.2. Характеристики
 - 9.10.3. Важность
 - 9.10.4. Основные инструменты коуча



Модуль 10. Финальный проект

- 10.1. Дизайн исследования
 - 10.1.1. Концепция
 - 10.1.2. Элементы дизайна
 - 10.3.1. Типы дизайна
 - 10.4.1. Анализ примеров
- 10.2. Изложение проблемы
 - 10.2.1. Концепция
 - 10.2.2. Элементы постановки проблемы
 - 10.2.3. Типы дизайна
 - 10.2.4. Анализ примеров
- 10.3. Выбор исследовательской парадигмы
 - 10.3.1. Концепция исследовательской парадигмы
 - 10.3.2. Типы
 - 10.3.3. Инструменты каждой
 - 10.3.4. Критерии отбора
- 10.4. Цели исследования
 - 10.4.1. Концепция целей
 - 10.4.2. Типы целей
 - 10.4.3. Цели составления проекта
 - 10.4.4. Анализ примеров
- 10.5. Методология
 - 10.5.1. Концепция методологии
 - 10.5.2. Виды методологии
 - 10.5.3. Критерии отбора
 - 10.5.4. Анализ примеров
- 10.6. Инструменты
 - 10.6.1. Концепции
 - 10.6.2. Инструменты каждой парадигмы
 - 10.6.3. Характеристики
 - 10.6.4. Критерии отбора в соответствии с целями и парадигмой исследования

- 10.7. Теоретическая и реферативная база
 - 10.7.1. Понятие системы отсчета
 - 10.7.2. Концепция теоретической основы
 - 10.7.3. Различия
 - 10.7.4. Ключевые элементы
- 10.8. Контекст исследования
 - 10.8.1. Концепция
 - 10.8.2. Определение его основополагающих элементов
 - 10.8.3. Важность его интерпретации
 - 10.8.4. Анализ примеров
- 10.9. Результаты
 - 10.9.1. Концепция
 - 10.9.2. Копирайтинг
 - 10.9.3. Иерархия результатов
 - 10.9.4. Анализ примеров
- 10.10. Новые возможности
 - 10.10.1. Как их определить?
 - 10.10.2. Актуальность
 - 10.10.3. Оригинальность
 - 10.10.4. Возможности

06

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**. Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как *Журнал медицины Новой Англии*.



“

Откройте для себя методику *Relearning*, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

Исследование кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру”



Вы получите доступ к системе обучения, основанной на повторении, с естественным и прогрессивным обучением по всему учебному плану.



В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля, которая предлагает самые сложные задачи и решения в этой области на международном уровне. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и профессиональным реалиям.

“Наша программа готовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере”

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения в лучших бизнес-школах мира на протяжении всего времени их существования. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.

Методология Relearning

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

В 2019 году мы достигли
лучших результатов
обучения среди всех онлайн-
университетов в мире.

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*. Наш университет - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.



В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.



В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



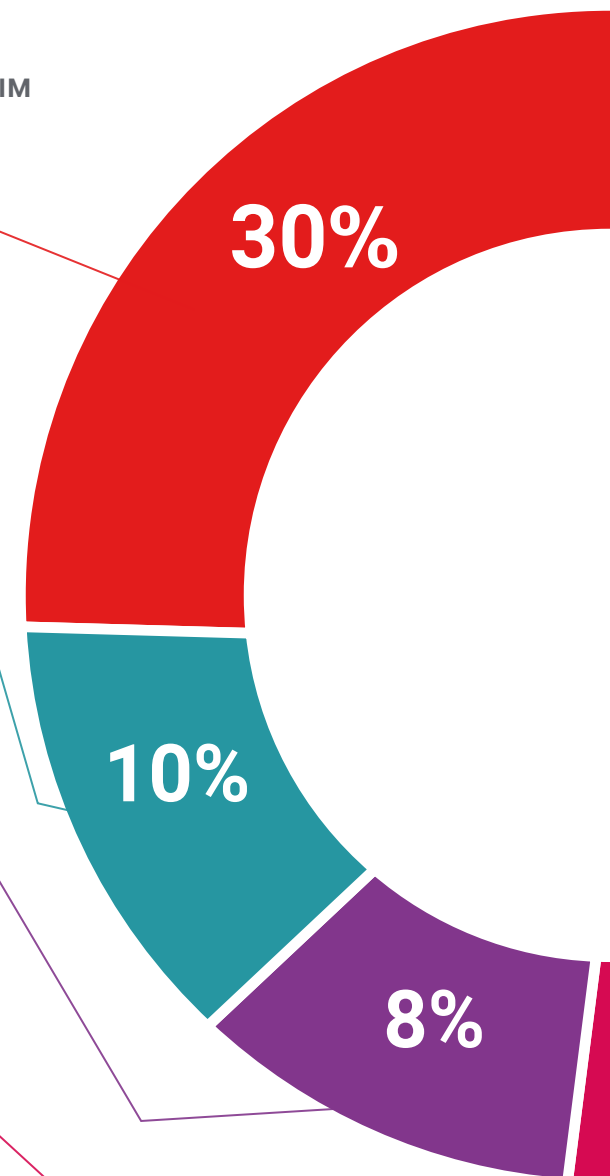
Практика навыков и компетенций

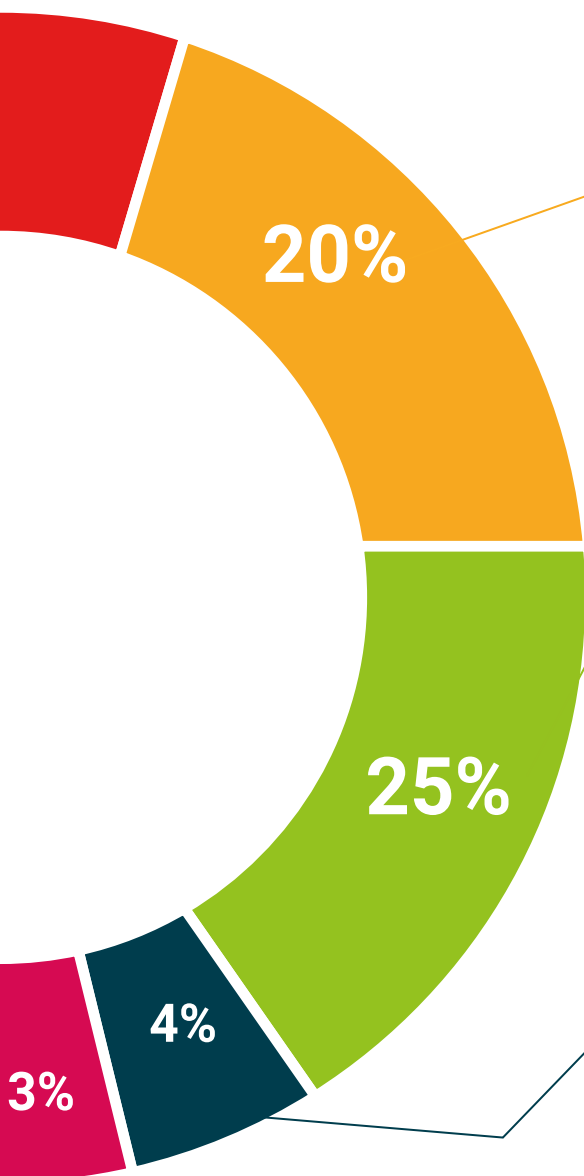
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами на международной арене.



Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



Тестирование и повторное тестирование

На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



07

Квалификация

Данная Специализированная магистратура в области коммуникационных исследований: новые темы, медиа и аудитория гарантирует, помимо самой строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Специализированной магистратуры, выдаваемого TECH Технологическим университетом.



“

Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без хлопот, связанных с поездками и оформлением документов”

Данная **Специализированная магистратура в области коммуникационных исследований: новые темы, медиа и аудитория** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Специализированной магистратуры**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную в магистратуре, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и в комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Специализированная магистратура в области коммуникационных исследований: новые темы, медиа и аудитория**

Количество учебных часов: **1500 ч.**



*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

tech технологический
университет

Специализированная магистратура

Коммуникационные исследования:
новые темы, медиа и аудитория

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Специализированная магистратура

Коммуникационные исследования:
новые темы, медиа и аудитория

