

Специализированная магистратура

Мультимедийная журналистика





Специализированная магистратура

Мультимедийная журналистика

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университете
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/journalism-communication/professional-master-degree/master-multimedia-journalism

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Компетенции

стр. 14

04

Руководство курса

стр. 18

05

Структура и содержание

стр. 22

06

Методология

стр. 36

07

Квалификация

стр. 44

01

Презентация

Развитие цифровых технологий и эволюция ИКТ позволили таким областям, как журналистика, внедрять в свою повседневную практику все более сложные и современные коммуникационные стратегии, способные мгновенно охватить большую аудиторию. Более того, возможность включать аудиовизуальные материалы в информационное содержание придает динамизм коммуникативному продукту, делая его более привлекательным и позволяя потребителю лучше контекстуализировать то, что он видит. Взяв за основу импульс, который она пережила в последнее десятилетие, а также способность переосмыслить себя в соответствии с современными технологиями, TECH разработал полную программу, включающую все достижения этого сектора. На протяжении 1500 часов теоретической и практической подготовки на 100% онлайн специалисты по работе с информацией смогут совершенствовать свои профессиональные навыки в управлении цифровыми инструментами и использовании самых передовых и инновационных журналистских стратегий современности.



“

Хотели бы вы переосмыслить себя как журналиста, применяя самые инновационные и передовые коммуникационные стратегии? Записывайтесь на эту Специализированную магистратуру, и вы достигнете этого всего за 12 месяцев”

Включение социальных сетей в сферу новостей стало серьезным прорывом для журналистики, чему способствовало развитие цифровых технологий и эволюция ИКТ. В итоге, журналистская коммуникация сегодня отличается своей оперативностью и повсеместностью, позволяя мгновенно сообщать о том, что происходит в разных уголках мира. Это развитие также помогло разрушить барьеры на пути свободы прессы и свободы слова во многих странах, что сделало качественную, полную и актуальную информацию доступной все большему количеству людей.

Чтобы предоставить студентам, специализирующимся в этой области, необходимые инструменты для того, чтобы быть в курсе новых разработок и коммуникационных тенденций, TESH и ее команда экспертов разработали эту комплексную и интенсивную программу магистратуры по мультимедийной журналистике. Это 100% онлайн-обучение, состоящее из 1500 часов разнообразного материала, с помощью которого вы сможете работать над наиболее актуальными аспектами цифровой коммуникации, социальных сетей, мобильной журналистики или анализа и визуализации данных. Вы также ознакомитесь с наиболее динамичными и увлекательными стратегиями подачи информации, а также с рекомендациями по оптимальному и успешному управлению коммуникационными проектами.

И все это в течение 12 месяцев теоретической и практической подготовки под руководством профессионалов в области журналистики с длительной и обширной карьерой. Эта программа — уникальная возможность усовершенствовать свои профессиональные навыки в бурно развивающейся области мультимедийной журналистики, переняв самые новаторские коммуникационные принципы и методы для производства аудиовизуального контента. Несомненно, это станет "до" и "после" в вашей карьере.

Данная **Специализированная магистратура в области мультимедийной журналистики** содержит наиболее полную и современную образовательную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных экспертами в области мультимедийной журналистики
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практическое содержание курса предоставляет практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- ♦ Практические упражнения для самооценки, контроля и улучшения эффективности процесса обучения
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям
- ♦ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



Если вы ищете программу, которая позволит вам быть в курсе тенденций в области повествования в социальных сетях, TESH даст вам ключи к успеху с использованием контента, адаптированного к каждой из них"

“

Повысьте свои творческие и коммуникативные способности с помощью программы, которая позволит вам подробно изучить передовые тенденции в журналистике”

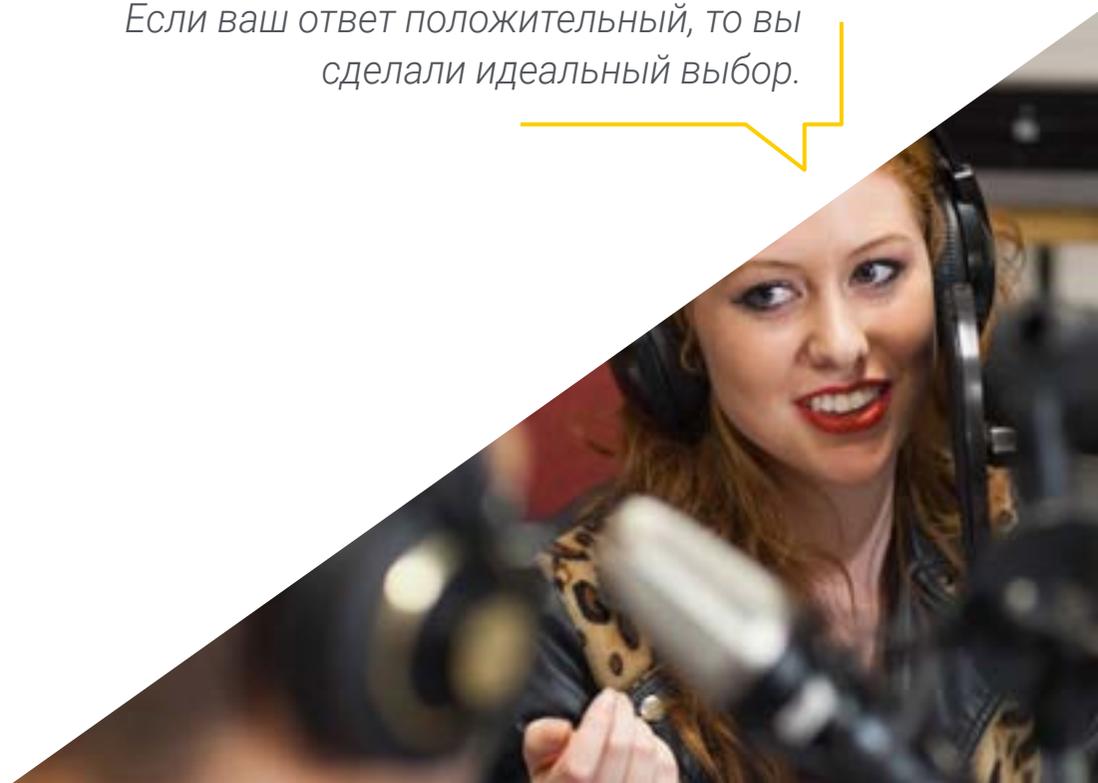
В преподавательский состав программы входят профессионалы отрасли, которые привносят в обучение опыт своей работы, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом контекста и ситуации, т.е. в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

Структура этой программы основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого студент должен попытаться решить различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом студенту поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

Благодаря этой программы вы сможете создавать динамичный и увлекательный контент, что поможет вам достичь самого высокого уровня в бурно развивающемся секторе мультимедийной журналистики”

Вы ищете теоретико-практическую программу, которая даст вам ключи к осуществлению предпринимательского проекта в информационной сфере? Если ваш ответ положительный, то вы сделали идеальный выбор.



02

Цели

Эволюция журналистики в последние годы, ее адаптация к новым медиа, а также новые методы потребления информации — вот что побудило ТЕСН разработать эту магистерскую программу. Наша цель — предоставить вам весь учебный материал, необходимый для специализации в области мультимедиа, посредством теоретической и практической подготовки, отвечающей не только вашим потребностям, но и запросам современного сектора коммуникаций.



“

Если в ваши цели входит борьба за свободную и доступную журналистику, ТЕСН даст вам руководство по разрушению границ цензуры”



Общие цели

- ♦ Обеспечить продвинутую и специализированную подготовку по разнообразным развивающимся информационным и коммуникационным технологиям (ИКТ), в различных профессиональных задачах журналистской деятельности
- ♦ Включать самые современные технологические и медиа-инструменты для достижения более высоких знаний и компетентного использования различных аудиовизуальных и технологических средств
- ♦ Предоставить студенту возможность создавать новые модели и платформы для профессиональной практики, используя новейшие техники и методы
- ♦ Поощрять и развивать анализ специализированных журналистских материалов и информационных структур, чтобы уметь рассматривать и решать технологические и научные проблемы
- ♦ Способствовать развитию креативности и новаторства в работе над проектами по профессиональной мультимедийной журналистике
- ♦ Приобрести квалифицированные знания о структурах и дискурсивных типологиях журналистской коммуникации, способствующих формированию современных обществ



Программа, которая научит вас создавать ценные информационные продукты с помощью самых новаторских и передовых стратегий построения контента"





Конкретные цели

Модуль 1. Цифровая коммуникация и общество

- ♦ Анализировать взаимоотношения между обществом и соцсетями
- ♦ Определять понятие сетевого общества и сетей
- ♦ Войти в новую концепцию времени
- ♦ Изучить цифровое поколение
- ♦ Исследовать глобальную коммуникацию
- ♦ Узнать о моделях журналистского производства
- ♦ Осмыслить задачи, стоящие перед профессией
- ♦ Проанализировать понятия авторитета и репутации
- ♦ Понять, как работают *фейковые новости*

Модуль 2. Журналистика и социальные медиа

- ♦ Проанализировать положение журналистов на социальных платформах
- ♦ Изучить средства массовой информации на социальных платформах
- ♦ Изучить профили СМИ на социальных платформах
- ♦ Знать сеть контактов и отношения с источниками в социальной среде
- ♦ Научиться способам рассказывания историй на социальных платформах

Модуль 3. Мобильная журналистика

- ♦ Анализировать мобильную журналистику
- ♦ Ознакомиться с инструментами и *приложениями*, полезными для журналистов
- ♦ Научиться рассказывать истории на мобильных устройствах
- ♦ Изучить потребление журналистской информации через мобильные телефоны

Модуль 4. Анализ и визуализация данных

- ♦ Знать когнитивные принципы
- ♦ Изучить технику и методологию анализа информации
- ♦ Распознавать описательную и многомерную статистику
- ♦ Уметь работать с инфографикой
- ♦ Изучить технологию визуализации информации
- ♦ Проанализировать конкретные примеры

Модуль 5. Новые нарративные формы

- ♦ Познакомиться с цифровым *сторителлингом*
- ♦ Изучить механизмы участия в разработке информации
- ♦ Изучить кросс-платформенный контент
- ♦ Ознакомиться с проектами трансмедийной журналистики
- ♦ Изучить иммерсивную и вездесущую журналистику

Модуль 6. Цифровые инструменты и ресурсы

- ♦ Проанализировать современные технологические рамки для журналистики
- ♦ Овладеть инструментами для цифровых журналистов

Модуль 7. Управление проектами цифровой коммуникации

- ♦ Изучить основы управления проектами
- ♦ Знать проекты цифровой коммуникации на всех их этапах

Модуль 8. Журналистика данных

- ♦ Знать источники информации
- ♦ Изучить механизмы отбора и фильтрации данных

Модуль 9. Журналистское расследование

- ♦ Определить понятие " журналистское расследование"
- ♦ Оценивать методы
- ♦ Рассмотреть этические аспекты журналистских расследований
- ♦ Научиться писать отчеты
- ♦ Знать механизмы контроля качества

Модуль 10. Бизнес-модели и предпринимательство в цифровой коммуникации

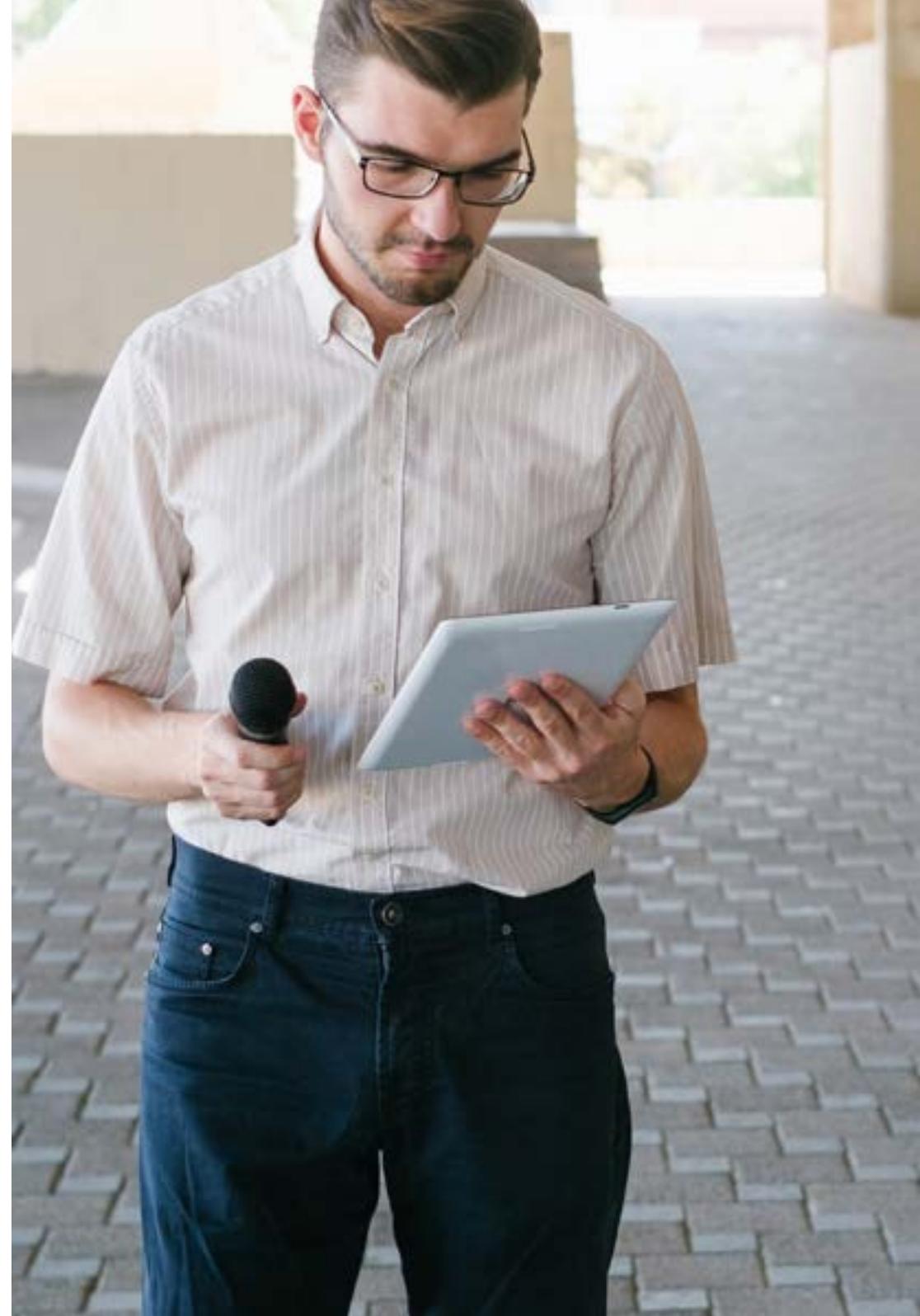
- ♦ Понять бизнес-контекст в области информации
- ♦ Изучить аспекты предпринимательства
- ♦ Описать информативную компанию
- ♦ Исследовать бизнес-модели в онлайн-СМИ

Модуль 11. Аудитория и общественное мнение

- ♦ Описать аудиторию
- ♦ Обсудить понятие общественного мнения
- ♦ Знать различные модели анализа
- ♦ Изучить новую общественную сферу

Модуль 12. Аудиовизуальное и трансмедийное производство

- ♦ Описать трансмедийный нарратив
- ♦ Научиться разрабатывать трансмедийный проект
- ♦ Создать прототип трансмедийного проекта





Модуль 13. Передовые методы визуализации данных

- ♦ Понимать передовые методы анализа и визуализации данных
- ♦ Рассмотреть трудности визуального упорядочивания информации из сложных систем
- ♦ Использовать инструменты, доступные в Интернете и на мобильных устройствах

Модуль 14. Контент-маркетинг

- ♦ Проанализировать связь между маркетингом и журналистским контентом
- ♦ Установить важность того, чтобы журналисты могли создавать и распространять актуальный, ценный и привлекательный для пользователей контент
- ♦ Создать связь между брендом и потребителем

“Программа, которая научит вас создавать ценные информационные продукты с помощью самых новаторских и передовых стратегий построения контента”

03

Компетенции

ТЕСН уделяет сотни часов каждой из своих программ, чтобы адаптировать их к потребностям своих студентов и к требованиям отрасли, в которой они будут работать. Благодаря этому, мы гарантируем, что специалист, проходящий такую программу, как эта Специализированная магистратура по мультимедийной журналистике, сможет усовершенствовать свои навыки общения, управления информационными ресурсами и анализа данных, внедряя в свою практику приемы и стратегии, которые до сих пор давали наилучшие результаты.



“

Программа, разработанная для того, чтобы вы совершенствовали свои навыки коммуникации интенсивным и непосредственным образом, формируя из вас мультимедийного журналиста всего за 12 месяцев”



Общие профессиональные навыки

- ♦ Применять концепции, принципы, теории или модели, связанные с культурной коммуникацией, в новых или незнакомых условиях в более широких или междисциплинарных контекстах
- ♦ Правильно и с определенной оригинальностью составлять письменные композиции или мотивированные аргументы, писать планы, рабочие проекты или научные статьи или формулировать обоснованные гипотезы в области культурной информации
- ♦ Формировать суждения, особенно в профессиональной и учебно-образовательной сфере культуры и коммуникации, на основе критериев, внешних стандартов или личных размышлений
- ♦ Публично представлять идеи, разработки или исследовательские отчеты, передавать эмоции или консультировать людей и организации, особенно в области культурной журналистики





Профессиональные навыки

- ♦ Знать и анализировать новые языки и новые нарративы радио и телевидения в Интернете, видеожурналистике и соцсетях, а также возникающие тенденции
- ♦ Планировать и создавать цифровые модели посредством знания и использования программ и методов, применяемых на радио и телевидении
- ♦ Оценивать и анализировать функции и структуру аудиовизуальной и мультимедийной информации
- ♦ Овладеть знанием о новых инструментах, информативных или коммуникативных, письменных или мультимедийных, основанных на новых технологиях, аудиовизуальных и компьютерных кодах для развития медиа и цифровой компетентности
- ♦ Распространять на языке каждого из традиционных СМИ (пресса, фотография, радио, телевидение), в их современных комбинированных формах (мультимедиа) или новых цифровых СМИ (Интернет), посредством гипертекстуальности



Данная Специализированная магистратура поднимет ваш талант на вершину журналистского сектора, расширив аудиторию вашего СМИ за счет качества, оригинальности и динамичности ваших новостных материалов"

04

Руководство курса

ТЭСН всегда уделяет первостепенное внимание формированию лучшего преподавательского состава для своего академического опыта. Именно поэтому он подвергает своих кандидатов сложному и исчерпывающему анализу, чтобы определить, кто из них лучше всего соответствует динамичному и современному профилю преподавания. Это связано с тем, что для студента наставничество профессионала в данной области характеризующегося, кроме того, своими человеческими качествами, является стимулом, благодаря которому он сможет получить больше пользы от учебы.



“

Наш преподавательский состав активно участвовал в разработке содержания этой магистерской программы, что гарантирует очень высокую специализацию и академическое качество”

Преподаватели

Г-жа Хименес Памплиега, Марта

- ♦ Инструктор-дизайнер в Global Alumni
- ♦ Внутренние коммуникации в Bankinter
- ♦ Ассистент по звуку в телекинотеатре TRECE TV
- ♦ Редактор в отделе внутренних и внешних коммуникаций PwC
- ♦ Степень бакалавра в области аудиовизуальной коммуникации и журналистики в Университете CEU Сан-Пабло
- ♦ Курс InDesign профессионального уровня, Университет CEU Сан-Пабло





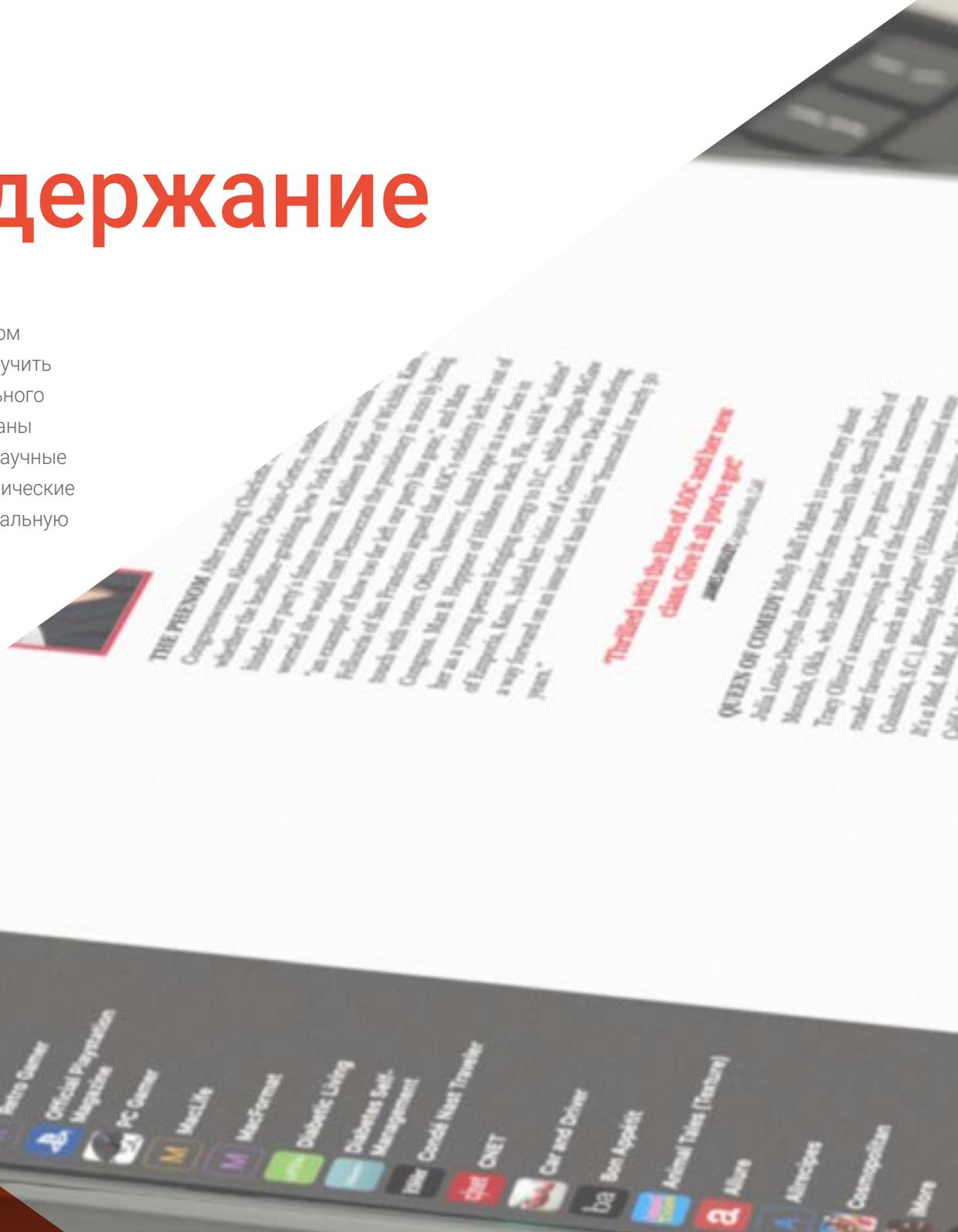
“

Воспользуйтесь возможностью узнать о последних достижениях в этой области, чтобы применить их в своей повседневной практике”

05

Структура и содержание

Для разработки учебного плана этой Специализированной магистратуры ТЕСН и его команде экспертов пришлось интенсивно работать над отбором информации, ее фильтрацией и разработкой с тем, чтобы студент мог получить очень высокий профессиональный уровень. Кроме того, для индивидуального ознакомления с различными разделами учебной программы были отобраны сотни часов дополнительных материалов (подробные видеоматериалы, научные статьи, дополнительная литература, упражнения для самоанализа, динамические конспекты и т.д.). Таким образом, наш университет гарантирует индивидуальную подготовку для каждого студента.





“

Знакомы ли вы с методикой *Relearning*?
Благодаря ее использованию при разработке
этой программы вы сэкономите учебное время
без ущерба для академического качества”

Модуль 1. Цифровая коммуникация и общество

- 1.1. Сеть-общество vs. Социальные сети
 - 1.1.1. Сетевое общество
 - 1.1.2. Сила в сетевом обществе
 - 1.1.3. Самокоммуникация и контрвласть
 - 1.1.4. Роль социальных сетей
 - 1.1.4.1. Активное социальное участие в социальных сетях
 - 1.1.4.2. Конфиденциальность и безопасность в сетях
- 1.2. Ускорение времени
 - 1.2.1. Мгновенность и цифровизация - главные герои коммуникации 21 века
 - 1.2.1.1. Как мы пришли к этому новому социальному пространству?
 - 1.2.2. Роль СМИ
 - 1.2.3. Новая роль журналистики с появлением Интернета
 - 1.2.3.1. Бессрочность традиционной журналистики
 - 1.2.3.2. Социальные медиа и гражданская журналистика
- 1.3. Цифровое поколение
 - 1.3.1. Интернет и новые поколения
 - 1.3.1.1. Формирование идентичности через Интернет
 - 1.3.2. Классификация цифрового общества
 - 1.3.2.1. В соответствии с годом рождения
 - 1.3.2.2. В зависимости от того, являетесь ли вы цифровым аборигеном или иммигрантом
 - 1.3.2.3. В зависимости от того, являются ли они посетителями или резидентами
 - 1.3.3. Сравнение двух самых молодых поколений носителей цифровых технологий, Y и Z
- 1.4. Мировой информационный порядок vs. Глобальная коммуникация
 - 1.4.1. Новый мировой информационный порядок (НМИП)
 - 1.4.2. Глобальные теории коммуникации
 - 1.4.2.1. Робертсон: Структурирование современного мира на основе глобализации
 - 1.4.2.2. Розенау: в поисках понятия для глубокого онтологического изменения
 - 1.4.2.3. Кастельс: информационное общество и глобальные сети
 - 1.4.2.4. Хельд и коллеги: глобальные преобразования
 - 1.4.3. Выводы



- 1.5. Модели журналистского производства
 - 1.5.1. Производство информации в традиционных средствах массовой информации
 - 1.5.1.1. Дискуссия о производстве информации и влиянии на общество
 - 1.5.1.2. Элементы производства, влияющие на общественное мнение: формирование повестки дня, прайминг и фрейминг
 - 1.5.2. Новая цифровая журналистика
 - 1.5.2.1. Журналистская продукция в Интернете
 - 1.5.2.2. Визуальные модели цифрового чтения
 - 1.5.2.3. Краткость как доминирующая черта цифрового производства
 - 1.5.2.4. Как подготовить новостную статью для Интернета?
 - 1.5.2.5. Ссылки и мультимедийный контент как информационные элементы
- 1.6. Задачи профессии
 - 1.6.1. Новый профиль цифрового журналиста или журналиста Всемирной паутины (WWW)
 - 1.6.2. Первая задача: понимание нового профиля цифровой аудитории
 - 1.6.2.1. Вовлечение, персонализация и веб-аналитика
 - 1.6.2.2. Господство общественного интереса?
 - 1.6.3. Вторая задача: журналистика в социальных сетях, роль редактора социальных сетей
 - 1.6.4. Третья задача: новая система журналистских источников информации
 - 1.6.5. Четвертая задача: Журналистика в режиме реального времени
 - 1.6.5.1. Синхронность
 - 1.6.5.2. Гипертекст
 - 1.6.5.3. Экспрессивность мультимедиа
- 1.7. Престиж и степень доверия
 - 1.7.1. Введение
 - 1.7.2. Саморегуляция
 - 1.7.2.1. Стратегия саморегулирования
 - 1.7.2.2. Механизмы регуляризации
 - 1.7.3. Переосмысление роли журналиста
 - 1.7.3.1. Кризис доверия
 - 1.7.3.2. Дезинтермедиация
 - 1.7.3.3. От нехватки к проклятию изобилия

- 1.7.4. Журналистика и достоверность в исторической перспективе
 - 1.7.4.1. Манипуляция и конец гражданского договора
- 1.7.5. Дезинформация как шанс для журналистики
- 1.7.6. Лица журналистского доверия и авторитета

Модуль 2. Журналистика и социальные медиа

- 2.1. Журналисты на соцплатформах
 - 2.1.1. Введение
 - 2.1.2. Социальные сети - новый объект изучения в области коммуникации
 - 2.1.2.1. Новая среда 2.0
 - 2.1.3. Социальные сети в журналистике
 - 2.1.3.1. Пользователи, контент и журналистские источники
 - 2.1.3.2. Трехсторонний подход к журналистике в социальных сетях
 - 2.1.3.3. Появление учебников по стилю для журналистов
 - 2.1.3.4. Журналистское письмо в Facebook
 - 2.1.3.5. Журналистское письмо в Twitter
 - 2.1.3.6. Преимущества и недостатки журналистского письма в Facebook и Twitter
 - 2.1.4. Внедрение некоторых цифровых стратегий в СМИ
 - 2.1.4.1. Международные СМИ
 - 2.1.5. Использование социальных сетей в качестве журналистского инструмента
- 2.2. СМИ на социальных платформах
 - 2.2.1. Медиамедиа
 - 2.2.1.1. Комплексность социальных сетей
 - 2.2.1.2. Социальные платформы в медиакомпаниях
 - 2.2.1.3. Результаты медиабарометра
 - 2.2.2. Стратегия медиакommunikаций на социальных платформах
 - 2.2.2.1. Приложение к социальным сетям
 - 2.2.2.2. Преддиагностика или предварительный анализ
 - 2.2.3. Управление официальными аккаунтами в СМИ
 - 2.2.3.1. Модели управления контентом
 - 2.2.3.2. Руководство по управлению контентом и составлению расписания на Facebook и Twitter
 - 2.2.3.3. Вопросы и проблемы в управлении сетями

- 2.3. Медиа-профили на социальных платформах
 - 2.3.1. Введение: новые профили журналистики
 - 2.3.2. Руководитель интернет-сообщества
 - 2.3.2.1. Профиль
 - 2.3.2.1. Функции
 - 2.3.3. Многозадачный/мультимедийный журналист
 - 2.3.3.1. Функции
 - 2.3.3.2. Интерактивные мультимедийные профили журналистов
 - 2.3.3.3. Отбор кадров: мультимедийный, интерактивный, многозадачный и специализированный журналист
 - 2.3.4. Дата-журналист
 - 2.3.4.1. Подготовка и профиль дата-журналиста
 - 2.3.4.2. Мобильная журналистика
 - 2.3.5. Развитие мобильной журналистики на цифровых платформах
 - 2.3.5.1. Форматы цифровой и мобильной журналистики
- 2.4. Создание сетей и взаимоотношения с источниками в социальной среде
 - 2.4.1. Введение
 - 2.4.2. Социальные сети онлайн
 - 2.4.2.1. Подключение
 - 2.4.2.2. Онлайн и офлайн сообщества
 - 2.4.3. Как увеличить сетевое/цифровое сообщество?
 - 2.4.3.1. Определение целевого рынка СМИ/журналиста
 - 2.4.3.2. Персонализация бренда
 - 2.4.4. Наиболее используемые соцсети как источник журналистской информации
- 2.5. Журналистская этика и информационная прозрачность в социальных сетях
 - 2.5.1. Задачи этики контроля качества в новой цифровой среде
 - 2.5.2. Двойные этические требования журналистики
 - 2.5.2.1. Прозрачность как инструмент этичной журналистики
 - 2.5.2.2. Прозрачность как требование этической журналистики
 - 2.5.3. Прозрачность и медийные организации
 - 2.5.3.1. От профессионалов в области информации до менеджеров интернет-сообществ
 - 2.5.3.2. От секретности к прозрачности
- 2.5.4. Социальные платформы для информационной прозрачности
 - 2.5.4.1. Платформа Wikitribune: прозрачная и совместная журналистика
 - 2.5.4.2. Платформа Deba-t.org: прозрачность в стимулировании дебатов и общественных дискуссий
- 2.6. Изложение информации на социальных платформах
 - 2.6.1. Введение в цифровой сторителлинг
 - 2.6.1.1. Новый способ рассказывания историй
 - 2.6.1.2. Язык и жанры в цифровом сюжете
 - 2.6.1.3. Потенциал и возможности цифровых медиа
 - 2.6.2. Нарратив отождествляется с навигацией
 - 2.6.2.1. Уникальность журналистского языка
 - 2.6.2.1.1. Множественный язык
 - 2.6.2.1.2. Грамматическая корректность
 - 2.6.3. Техника письма: от перевернутой пирамиды к лежащей пирамиде
 - 2.6.3.1. Техника письма
 - 2.6.4. Жанры кибержурналистики

Модуль 3. Мобильная журналистика

- 3.1. Мобильная журналистика
 - 3.1.1. Введение
 - 3.1.1.1. Новые ключи: конвергенция, дивергенция и мобильность
 - 3.1.1.2. Мультимедиа и сторителлинг
 - 3.1.1.2.1. Мобильный телефон как предмет повседневности
 - 3.1.1.2.1. Четвертый экран и журналистика
 - 3.1.1.3. Мобильный телефон
 - 3.1.1.4. Смартфон
 - 3.1.1.5. Планшет
 - 3.1.2. Мобильные устройства: радио и телевидение
 - 3.1.2.1. Мобильный телефон
 - 3.1.2.2. Смартфон
 - 3.1.2.3. Планшеты
 - 3.1.3. Как распространять контент? Анализ 4C (потребитель, коммуникация, стоимость и удобство)



- 3.2. Мобильная и планшетная журналистика
 - 3.2.1. Введение
 - 3.2.2. Что такое мобильная журналистика?
 - 3.2.3. Оформление журналистики для мобильных новостных платформ
 - 3.2.3.1. Этапы вторжения мобильности в журналистику
 - 3.2.3.2. Производство в мобильной журналистике
 - 3.2.4. Мобильная журналистика
 - 3.2.4.1. От профессионала, работающего в одном СМИ, к мобильному журналисту
 - 3.2.4.2. Конфигурация мобильного журналиста
 - 3.2.5. Модель мобильной журналистики
- 3.3. Инструменты и приложения для производства журналистского контента
 - 3.3.1. Введение
 - 3.3.1.1. Основные особенности в производстве в мобильной журналистике
 - 3.3.2. Приложения для журналистики
 - 3.3.2.1. Аудиоприложения
 - 3.3.2.1.1. Аудиозапись
 - 3.3.2.1.2. Запись звонка
 - 3.3.2.1.3. Редактирование аудио
 - 3.3.2.1.4. Трансляция аудио в прямом эфире
 - 3.3.2.2. Видеоприложения
 - 3.3.2.2.1. Видеозапись
 - 3.3.2.2.2. Монтаж видео
 - 3.3.2.2.3. Прямая видеотрансляция
 - 3.3.3. Другие полезные инструменты
- 3.4. Стратегии создания специальных мобильных историй
 - 3.1.4. Введение
 - 3.2.4. Новые нарративы
 - 3.4.2.1. Мультимедийный нарратив
 - 3.4.2.2. Трансмедийные истории
 - 3.3.4. Эстетика нарратива
 - 3.4.3.1. Повторение
 - 3.4.3.2. Темп
 - 3.4.3.3. Излишки
 - 3.4.3.4. Монструозность
 - 3.4.3.5. Шок

- 3.4.4. От настольного компьютера к мобильности
 - 3.4.4.1. Повсеместность
 - 3.4.4.2. Эфемерный характер
 - 3.4.4.3. Мгновенность
- 3.5. Потребление журналистской информации с помощью мобильных устройств
 - 3.5.1. Введение
 - 3.5.2. Владение мобильными устройствами vs. Традиционными устройствами
 - 3.5.3. Использование новостей на цифровых устройствах
 - 3.5.4. Новостная дорожка
 - 3.5.4.1. Является ли это привычкой новостного поведения, а не устройством?
 - 3.5.4.2. Всеядность мобильных новостей и так называемые фонды-стервятники настольных/ноутбуков
 - 3.5.4.3. Демографические характеристики потребителей цифровых новостей
 - 3.5.5. Черты и привычки современного потребителя новостей
 - 3.5.5.1. Взрослая молодежь
 - 3.5.5.2. Цифровые различия
- 3.6. Мобильные приложения и средства для подготовки новостей
 - 3.6.1. Введение
 - 3.6.2. Сегодняшняя польза смартфонов для людей и специалистов в области информации
 - 3.6.3. Современное развитие мобильной журналистики в медиакомпаниях
 - 3.6.4. Мобильные приложения и ключевые генераторы информации
 - 3.6.4.1. Газеты
 - 3.6.4.2. Радио
 - 3.6.4.3. Журналы

Модуль 4. Анализ и визуализация данных

- 4.1. Когнитивные принципы: информация, коммуникация и знания
 - 4.1.1. Происхождение когнитивных наук
 - 4.1.2. Информация и коммуникация
 - 4.1.2.1. Лассуэлл: социологический подход
 - 4.1.2.2. Шеннон и Уивер: кибернетический подход
 - 4.1.2.3. Модель Малецке и коллективная коммуникация





- 4.1.3. Коммуникация
 - 4.1.3.1. Эхо, семиотическая модель коммуникации
 - 4.1.3.2. Знаки, сигналы, символы, т.д.
- 4.1.4. Представление или знание
 - 4.1.4.1. Типы представления или знания
- 4.1.5. Ценность информации, проанализированная в соответствии с моделью Малецке
 - 4.1.5.1. Общие сведения
 - 4.1.5.2. Получение и оценка информации
 - 4.1.5.3. Регулирование
 - 4.1.5.4. Собственность и ценность информации
 - 4.1.5.5. ИТ-системы
 - 4.1.5.6. Малецке и современные виртуальные СМИ
- 4.2. Техники и методологии анализа информации: тематические исследования
 - 4.2.1. Введение
 - 4.2.1.1. Подход к концепции о журналистике данных или компьютерной журналистике
 - 4.2.2. Массовая база данных
 - 4.2.3. Методология анализа массовой базы данных
 - 4.2.3.1. Автоматизированный анализ содержания
 - 4.2.3.2. Автоматизированный анализ настроек
 - 4.2.3.3. Добыча данных
 - 4.2.3.4. Автоматическое обучение
 - 4.2.3.5. Text mining
 - 4.2.3.6. Web mining
 - 4.2.4. Инструменты, используемые в журналистике данных
 - 4.2.5. Международные примеры из практики
 - 4.2.5.1. Анализ данных в предвыборных кампаниях
- 4.3. Описательная и многомерная статистика
 - 4.3.1. Переменные параметры
 - 4.3.2. Описательная статистика
 - 4.3.2.1. Одномерный анализ
 - 4.3.2.1.1. Частоты
 - 4.3.2.1.2. Графические представления частот. Распространение

- 4.3.2.2. Двухмерный анализ
 - 4.3.2.2.1. Пересекающиеся частоты
 - 4.3.2.2.2. Корреляции
- 4.3.3. Многомерная статистика
 - 4.3.3.1. Этапы предварительной подготовки к анализу
 - 4.3.3.1.1. Отсутствие данных
 - 4.3.3.2. Проверка предположений, многомерный анализ
 - 4.3.3.2.1. Нормы
 - 4.3.3.2.2. Гомоскедастичность
 - 4.3.3.2.3. Линейность
- 4.3.4. Классификация многомерного анализа
- 4.3.5. Методы многомерного анализа
 - 4.3.5.1. Каноническая корреляция
 - 4.3.5.2. Факторный анализ
 - 4.3.5.3. Дискриминантный анализ
 - 4.3.5.4. Логистическая дискриминация
- 4.4. Введение в инфографику и визуализацию информации
 - 4.4.1. Введение
 - 4.4.2. Углубленное изучение концепции инфографики и визуализации информации
 - 4.4.2.1. От психологии к инфографике
 - 4.4.2.2. Основы модели инфографики
 - 4.4.2.3. От информационного дизайна к инфографике
 - 4.4.2.4. Эстетизирующая инфографика против аналитической инфографики
 - 4.4.3. Интерактивная визуализация
 - 4.4.3.1. Грандиозный перелом: инфографика как инструмент
 - 4.4.3.2. Какое взаимодействие? Три категории
 - 4.4.3.3. Навигация и сценарии
 - 4.4.3.4. Мультимедийность
 - 4.4.4. Кейс The New York Times
 - 4.4.4.1. Структура графических разделов
 - 4.4.4.2. Процесс работы
- 4.5. Технологии для визуализации информации
 - 4.5.1. Введение
 - 4.5.2. Модели визуализации
 - 4.5.3. Новые визуализации информации
 - 4.5.4. Технологии

- 4.6. Тематические исследования в области журналистики
 - 4.6.1. Примеры взаимодействия и визуализации информации в "структурированной журналистике"
 - 4.6.2. Премия за лучшую журналистику данных 2019

Модуль 5. Новые нарративные формы

- 5.1. Цифровое рассказывание историй
 - 5.1.1. Роль нарративных форм
 - 5.1.2. Ценности новых медиа: мгновенность, гипертекстуальность, интерактивность и протагонизм читателя.
 - 5.1.3. Новый нарратив жанров новостной журналистики: элементы новостного сюжета
 - 5.1.4. Новый нарратив объяснительных журналистских жанров: отличительные элементы
 - 5.1.5. Новый нарратив журналистских жанров общественного мнения: письмо в редакцию, опросы и анкетирование, дискуссионные форумы и т.д.
- 5.2. Механизмы участия в разработке журналистских нарративов
 - 5.2.1. Пространства для участия: новейшая тенденция
 - 5.2.2. Новые медиа и активная аудитория
 - 5.2.3. Значение профессиональной журналистики
- 5.3. Мультиплатформенный контент
 - 5.3.1. Контент-менеджеры в мультиплатформенном производстве
 - 5.3.2. От пассивного потребителя к активному производителю
 - 5.3.3. Метавселенная: реальный мир как оперативная система
- 5.4. Проекты трансмедийной журналистики
 - 5.4.1. Нарратология и трансмедийное повествование
 - 5.4.2. 6x9: виртуальный опыт одиночного заключения от газеты The Guardian
- 5.5. Иммерсивная и вездесущая журналистика
 - 5.5.1. Принципы дизайна иммерсивного информационного опыта
 - 5.5.2. Виртуальная реальность
 - 5.5.3. Принципы дизайна смешанного информационного опыта
 - 5.5.4. Дополненная реальность



Модуль 6. Цифровые инструменты и ресурсы

- 6.1. Современная технологическая база журналистики
 - 6.1.1. Коммуникационные возможности
 - 6.1.2. Технологические навыки и новые профессиональные профили
 - 6.1.3. Примеры применимости
- 6.2. Инструменты для цифровых журналистов
 - 6.2.1. Онлайн-ресурсы для производства и редактирования новостного контента
 - 6.2.2. Организационные средства для журналистов
 - 6.2.3. Технологические инструменты для распространения информации

Модуль 7. Управление проектами цифровой коммуникации

- 7.1. Управление проектами: основные понятия
 - 7.1.1. Компоненты управления проектами: области знаний
 - 7.1.2. Человеческие издержки управления проектами
 - 7.1.3. Управленческие навыки
- 7.2. Проекты цифровой коммуникации
 - 7.2.1. Начальная и предварительная работа над проектом
 - 7.2.2. Планирование и реализация проектов
 - 7.2.3. Мониторинг, контроль и завершение проекта

Модуль 8. Журналистика данных

- 8.1. Источники информации
 - 8.1.1. Стратегии поиска
 - 8.1.2. Стандартные статистические дескрипторы
- 8.2. Механизмы выбора и фильтрации данных
 - 8.2.1. Извлечение признаков
 - 8.2.2. Обобщение данных с помощью таблиц и графиков
 - 8.2.3. Интерактивность

Модуль 9. Журналистское расследование

- 9.1. Введение
 - 9.1.1. Что такое журналистское расследование?
 - 9.1.2. Примеры великих журналистов-расследователей
 - 9.1.3. Формулировка гипотезы
- 9.2. Оценка методов
 - 9.2.1. Работа и отношения с источниками информации
 - 9.2.2. Организация и структурирование данных
 - 9.2.3. Поиск связей между файлами
- 9.3. Написание репортажа
 - 9.3.1. Что такое репортаж?
 - 9.3.2. Стиль
 - 9.3.3. Структура
 - 9.3.4. Как написать репортаж?
- 9.4. Методы контроля качества
 - 9.4.1. Проверка фактов по этическим соображениям
 - 9.4.2. Использование мастер-файла для проверки данных
 - 9.4.3. Предсказуемые психологические эффекты проверки фактов

Модуль 10. Бизнес-модели и предпринимательство в цифровой коммуникации

- 10.1. Бизнес-контекст в области информации
 - 10.1.1. Информационная сфера
 - 10.1.2. Представители социальной коммуникации в цифровом контексте
 - 10.1.3. Теоретическое и методологическое предложение по изучению кибернетических социальных медиа
- 10.2. Предпринимательство
 - 10.2.1. Предпринимательство и поиск возможностей
 - 10.2.2. Финансирование предпринимательской деятельности
 - 10.2.3. Внутреннее предпринимательство
- 10.3. Информационная компания
 - 10.3.1. Виды информативных предприятий
 - 10.3.2. Управление и организация СМИ
 - 10.3.3. Бизнес-планирование
- 10.4. Бизнес-модели онлайн СМИ
 - 10.4.1. Природа бизнес-моделей
 - 10.4.2. Значение создания стоимости
 - 10.4.3. Виды бизнес-моделей и их эволюция



Модуль 11. Аудитория и общественное мнение

- 11.1. Аудитории
 - 11.1.1. Новая цифровая журналистика с точки зрения аудитории
 - 11.1.2. Модели измерения аудитории
 - 11.1.3. Участвующие аудитории
- 11.2. Дискуссия о понятии общественного мнения
 - 11.2.1. Эволюция публичной сферы от массового общества к сетевому обществу
 - 11.2.2. Концепция общественного мнения в информационном обществе
 - 11.2.3. Совокупное и дискурсивное общественное мнение и его переходная динамика
- 11.3. Модели анализа
 - 11.3.1. Общественное мнение как знание
 - 11.3.2. Проблемы формирования общественного мнения в цифровых СМИ
 - 11.3.3. Методологии исследования общественного мнения
- 11.4. Новая общественная сфера для журналистов
 - 11.4.1. Журналистика в демократии с широким участием
 - 11.4.2. Роль журналиста в новой цифровой реальности
 - 11.4.3. Гражданская журналистика

Модуль 12. Аудиовизуальное и трансмедийное производство

- 12.1. Трансмедийное повествование
 - 12.1.1. Введение
 - 12.1.2. Характеристики трансмедийных нарративов
 - 12.1.3. Применение трансмедийных нарративов в журналистской сфере
 - 12.1.4. Трансмедийный нарратив в народной культуре
- 12.2. Разработка трансмедийного проекта
 - 12.2.1. Трансмедийный проект
 - 12.2.2. Форматы и методы производства трансмедийных документальных материалов
 - 12.2.3. Пример из практики: трансмедийный документальный фильм "Tras los pasos de El Hombre Bestia" (По следам Зверочеловека)
- 12.3. Экспериментирование с инструментами реализации трансмедийных проектов: создание прототипа
 - 12.3.1. Трансмедийные репортажи как часть новой журналистики
 - 12.3.2. Участие граждан в совместной документалистике: "На пути к новому аудиовизуальному нарративу"

Модуль 13. Передовые методы визуализации данных

- 13.1. Техники и принципы анализа
 - 13.1.1. Когнитивные принципы: информация, коммуникация и знания
 - 13.1.2. Основные типы визуализации данных
- 13.2. Информационный анализ в сложных системах
 - 13.2.1. Определяемость системы
 - 13.2.2. Компоненты сложной системы
 - 13.2.3. Процессы и уровни анализа
- 13.3. Интерактивная визуализация на веб-страницах и мобильных устройствах
 - 13.3.1. Добыча данных: применение в области журналистики
 - 13.3.2. Визуализация в социальных сетях
- 13.4. Приложения для журналистики
 - 13.4.1. Извлечение информации
 - 13.4.2. Платформы для анализа данных
 - 13.4.3. Изучение инструментов визуализации данных

Модуль 14. Контент-маркетинг

- 14.1. Продвижение контента
 - 14.1.1. Что такое контент-маркетинг?
 - 14.1.2. Как развивать контент-маркетинг?
 - 14.1.3. Разработка стратегии
- 14.2. Маркетинговые аудитории
 - 14.2.1. Аудитория как союзник распространения
 - 14.2.2. Как определить профиль аудитории?
 - 14.2.3. Измерение аудитории
- 14.3. Маркетинг в социальных сетях
 - 14.3.1. Введение
 - 14.3.2. Стратегия и план социальных медиа
 - 14.3.3. Новые концепции, возникшие в результате интеграции социальных медиа в сферу маркетинга и коммуникации
 - 14.3.4. Внутренний маркетинг и контент-стратегия
- 14.4. Социально-культурная перспектива
 - 14.4.1. Теория обработки информации
 - 14.4.2. Теория Брунера
 - 14.4.3. Синтез: два способа смыслового восприятия

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

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.



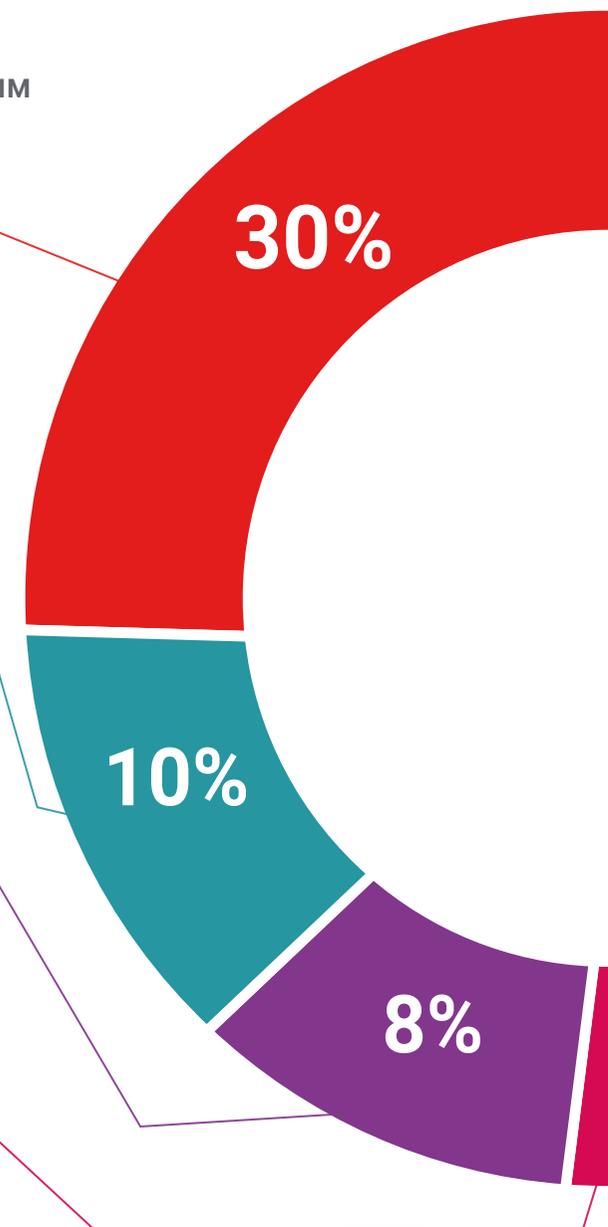
Практика навыков и компетенций

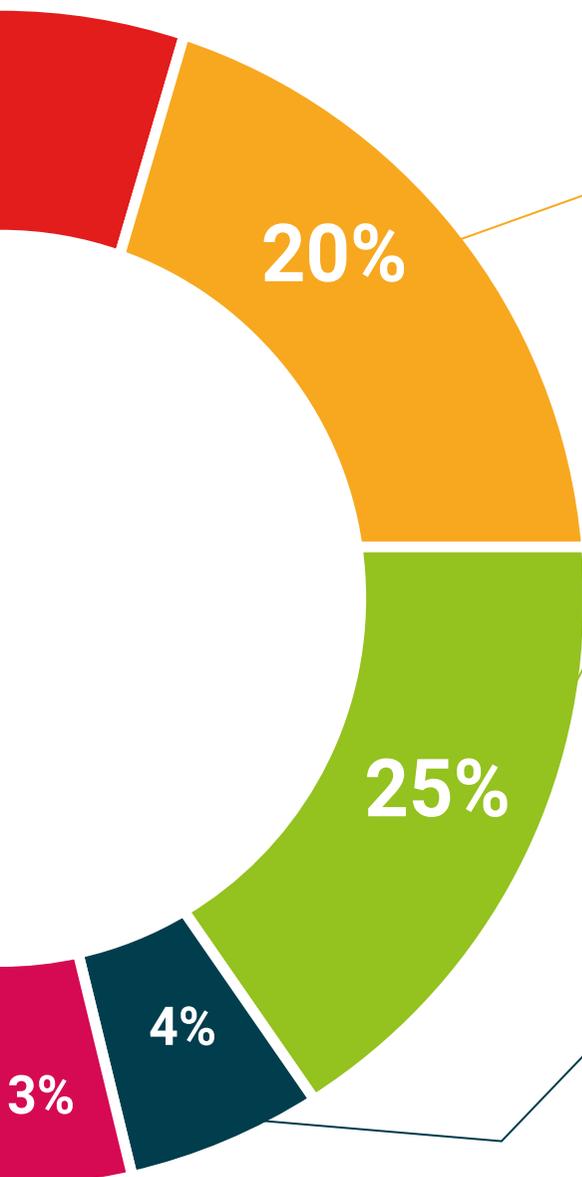
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



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

Курс профессиональной подготовки в области мультимедийной журналистик гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

*Успешно пройдите эту программу
и получите университетский
диплом без хлопот, связанных с
поездками и бумажной волокитой”*

Данная **Специализированная магистратура в области мультимедийной журналистик** 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 Специализированной магистратуре, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Специализированная магистратура в области мультимедийной журналистик**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **12 месяцев**



*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

Персональное внимание Институты

Знания Настоящее Качество

Веб обучение

Развитие Институты

Виртуальный класс

Языки

tech технологический университет

Специализированная
магистратура

Мультимедийная журналистика

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Специализированная магистратура Мультимедийная журналистика

