

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Мониторинг и медианалитика

1. Цель освоения дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

Дисциплина направлена на формирование у студента (магистранта) компетенций:

ПК-1. Способен планировать, организовывать и проводить научные исследования; разрабатывать собственные научные проекты, выбирать методы и средства решения поставленных задач в профессиональной области.

МПК-2. Способен применять интеллектуальные методы в экономике и бизнесе, на основе результатов анализа и оценки актуальности социально-экономических, финансово-экономических, организационно-управленческих проблем разрабатывать и реализовывать технологии целедостижения, определяемые должностным положением, знанием успешного отечественного и зарубежного опыта государственного управления.

МПК-12. Способен вести мониторинг и использовать возможности медианалитики, в т.ч. онлайн социологии при разработке и принятии управленческих решений

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «**Мониторинг и медианалитика**» относится к дисциплинам по выбору вариативной части основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры «Искусственный интеллект и цифровые коммуникации в государственном администрировании» по направлению подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление» (ОС МГУ 3++). Период – **3 семестр обучения.**

3. Объем дисциплины составляет:

Объем дисциплины – 3 з.е. / 108 часов, из которых 36 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (8 часов – занятия лекционного типа, 28 часов – практические занятия), 72 часа – самостоятельная работа обучающегося (в т.ч. 24 – на подготовку к экзамену).

Вид промежуточной аттестации – **экзамен.**

4. Краткое содержание дисциплины (темы/учебные вопросы):

1. Анализ социальных медиа-платформ и трендов. **2.** Медиа-мониторинг и оценка репутации. **3.** Анализ тенденций в онлайн-новостях и блогосфере. **4.** Анализ медийных потоков и распространение информации. **5.** Использование Big Data в медианалитике. **6.** Оценка эффективности медиа-кампаний. **7.** Анализ общественного мнения и сентимент-анализ. **8.** Прогнозирование медийных трендов.

5. Преподаватель дисциплины:

Муртазаева Лиля Сирановна,

преподаватель-практик Высшей школы государственного администрирования МГУ имени М.В. Ломоносова.