

Аннотация
по дисциплине «Типология средств массовой коммуникации»

Объем трудоемкости (ОФО): 3 зачетные единицы (108 часа, из них – 24 часа аудиторной нагрузки: лекционных занятий - 12, практических занятий – 12; 84 часа самостоятельной работы).

Цель дисциплины: сформировать у магистрантов знания и умения, предусмотренные учебными планами магистратуры и позволяющие им успешно вести системную деятельность по планированию работы с различными средствами массовой информации (СМИ) и средствами массовой коммуникации (СМК).

Задачи дисциплины:

- овладеть навыками как создания, так и типологического анализа медиапродукта в системе маркетинга;
- сформировать у студентов представление об этапах, принципах и методах разработки типологического анализа медиапродуктов;
- научить владеть принципами типологического анализа;
- знать принципы и методы анализа медиапродуктов, конструирования постоянно действующих классификаций медиапродуктов в зависимости от целевой аудитории;
- владеть аналитическими инструментами типологических исследований СМК.

Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО:

Дисциплина Б1.В.ОД.2 «Типология средств массовой коммуникации» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Курс «Типология средств массовой коммуникации» опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Основы теории коммуникации», «Психология массовой коммуникации», «Социология массовой коммуникации», «Технологии в связях с общественностью». Не дублируя теоретические положения предыдущих курсов, изучение направлено на определение задач коммуникационного менеджмента в организации, повышение эффективности управления коммуникационными потоками.

Требования к уровню освоения дисциплины:

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных/профессиональных компетенций ОПК-4, ПК-6

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-4	Готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ	современные медиасистемы, их структуру, специфику российской и зарубежных национальных моделей СМИ	осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ	навыками профессиональной деятельности, которые базируются на знании современных медиасистем, их структуры, специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
	ПК-6	Готовностью аккумулировать	особенности разработки концепции медиапроекта на базе знания современных принципов функционирования медиа	применять методы медиапроектирования и медиамоделирования, необходимые в каждой конкретной ситуации	навыками систематизации, обобщения и анализа основных правовых, экономических, социокультурных концепций; навыками применения теоретических знаний в смежных научных дисциплинах; навыками учебно-познавательной деятельности

Структура дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре (для студентов ОФО)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Принципы типологического анализа гуманитарных объектов	36	4	4	-	28
2.	Визуальные исследования средств массовых коммуникаций	36	4	4	-	28
3.	Социальные технологии в массовых коммуникациях	36	4	4	-	28
	<i>Итого по дисциплине:</i>	108	12	12	-	84

Вид аттестации: зачет

Основная литература:

1. Корконосенко С.Г. Теория журналистики. Моделирование и применение. – М., 2011.

Автор РПД: к.ф.н., доцент кафедры публицистики и журналистского мастерства
Вологина Е.В.