

Аннотация
по дисциплине Б1.В.ДВ.8.01 «Выпуск рекламной теле-, радиопрограммы»

Объем трудоемкости ЗФО: для студентов ЗФО 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 10,2 часов аудиторной нагрузки, в том числе 10 часов практических занятий, 58 часов самостоятельной работы, 3,8 – контроль, 0,2 ИКР).

Цель дисциплины: ознакомить с современным опытом создания телевизионной и радионной программы

Задачи дисциплины:

- выявить специфику действия рекламной телевизионной программы;
- выявить специфику действия рекламной радиопрограммы;
- проанализировать методики создания рекламной теле-, радиопрограммы;
- изучить манипулятивные особенности рекламной теле-, радиопрограммы.

Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО:

Дисциплина «Выпуск рекламной теле-, радиопрограммы» относится дисциплинам по выбору части Б1 «Дисциплины (модули) учебного плана». Знания и навыки, полученные в ходе изучения курса «Выпуск рекламной теле-, радиопрограммы» необходимы для работы магистранта с творческими заданиями, изучении дисциплин соответствующей профилизации, прохождения производственной практики. Дисциплина базируется на уже сформированных предшествующих таких дисциплин: «Журналистика как социокультурный феномен», «Современные теории массовой коммуникации», последующие дисциплины: «Коммуникативные стратегии регионального телевидения».

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных и профессиональных компетенций (ОК/ПК): ОК 3, ОК 4, ПК 2, ПК 7*

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ОПК-3	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации	инновационные концепции массовой коммуникации в применении при выпуске теле-, радиопрограммы	учитывать роль аудитории в процессе потребления и производства теле-, радиопродукта	технологиями производства теле-, радиопродукта с учетом инновационных подходов

ОПК-4	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ	новейшие разработки для современных медиасистем при выпуске теле-, радиопрограммы	использовать технологии при создании контента для теле-, радиопрограммы	технологиями для осуществления профессиональной деятельности, базируясь на знании специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ.
ПК-2	готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	способы редактирования теле-, радиопрограммы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	редактировать теле-, радиопрограммы, разрабатывать медийные проекты повышенной сложности	навыками редактирования теле-, радиопрограммы с учетом знания психологических закономерностей восприятия
ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	принципы обоснования актуальности исследования программы и методики медиаисследований, принципы анализа	разрабатывать методику теле-, радиосценариев, выполнять медиапроектирование	навыками самостоятельной научно-исследовательской деятельности в медиасфере

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые на 6 курсе:

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теле- и радиоратор. Эфирное выступление – разновидность ораторского искусства	18	-	2	-	10
2.	Формы общения: монолог и диалог в рекламной телепрограмме	18	-	2	-	10
3.	Диалог в эфире и его жанры	18	-	2	-	10
4.	Тексты рекламных радиопрограммы	18	-	2	-	10
5.	Закадровый текст в рекламном теле-, радиопрограмме	18	-	-	-	10
6.	Итоговое занятие. Зачет	18	-	2	-	8
	Итого:		-	10	-	58

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Енина, Л. В. Практика журналистского общения: учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 75 с. — (Серия: Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C
2. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования: учебное пособие / М. А. Мясникова. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 179 с. — (Серия: Образовательный процесс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F.
3. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения: учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 278 с. [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044.
4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4.

Автор РПД: к.полит.н. Щербаль С.С.