

Аннотация
по дисциплине Б1.В.ДВ.09.02 «Психология масс-медиа»

Объем трудоемкости ЗФО: для студентов ЗФО 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 12,3 часов аудиторной нагрузки, из них 6 часов лекционных занятий, 6 часов практических занятий 51 час самостоятельная работа, 8,7 – контроль, 0,3 - ИКР).

Цель дисциплины формирование теоретических и практических знаний в области современного теле- радиовещания, маркетинга и менеджмента в информационной среде, практических навыков и умений в организации и создании теле- радиопередач, ознакомление с проблемами, возникающими в процессе радио - телеобщения с аудиторией.

Задачи дисциплины:

- выяснить специфику действия телевидения на аудиторию
 - выяснить специфику действия радио на аудиторию
 - проанализировать методики создания радио и теле-передачи
- изучить манипулятивные особенности радио и телепередачи;

Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО:

Дисциплина «Психология масс-медиа» относится дисциплинам по выбору части Б1 «Дисциплины (модули) учебного плана». Знания и навыки, полученные в ходе изучения курса «Психология масс-медиа» 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: «Инновационные технологии в теле-, радиожурналистике».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *профессиональных компетенций (ОК/ПК): ОПК-3; ОПК-4; ПК-6; 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	современные концепции массовой коммуникации; положения теории журналистики, основные принципы работы в прямом эфире	выполнять, основываясь на полученных теоретических знаниях и практике СМИ, на высоком профессиональном уровне различные виды редакционной работы, связанные с решением задач повышенной сложности; работать в прямом эфире на радио и телевидении	Навыками работы в прямом эфире на радио и телевидении, опираясь на знания СМИ как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления

				я и производит ва массовой информаци и
ОПК 4	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ	специфику и типологию современных медиасистем, основные элементы и содержательные характеристики различных медиасистем.	структурировать тексты разнообразных медиасистем, применять на практике знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ	знаниями специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ
ПК-6	готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	Методы организации интерактивного общения с целевой аудиторией электронных СМИ, методы использования социальных сетей и других современных медийных средств, для повышения рейтинга данного СМИ	Проводить на базе электронных СМИ (телевидение, радио, интернет) социально значимые акции, сотрудничать с представителями и экспертами из различных сегментов общества	Навыками работы с редакционной почтой (традиционной и электронной), создания общественного резонанса публикаций, используя социальные сети и другие современные медийные средства.
ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов	принципы обоснования актуальности исследования программы и методики медиаисследования	разрабатывать методику теле-, радиосценариев, выполнять медиапроектирование	навыками самостоятельной научно-исследовательской деятельности

	медиапроектирования и медиамоделирования	ний, принципы анализа		и в медиа сфере
--	---	--------------------------	--	--------------------

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые на 6 курсе:

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самост оатель ная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Тележурналист как субъект общения. Психологические характеристики и качества тележурналиста	12	2	-	-	10
2.	Экранный образ тележурналиста. Специфика образа.	12	2	-	-	10
3.	Специфика радионного вещания	12	-	2	-	10
4.	Образ радиоведущего	12	2	-	-	10
5.	Манипулятивные приемы на ТВ и радио	8	-	2	-	6
6.	Итоговое занятие. Зачет	7	-	2	-	5
	Итого:		6	6	-	51

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, 2016. — 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, 2016. — 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, 2016. — 278 с. [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044.
4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4.
5. Культура речи. Научная речь : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В. В. Химик [и др.] ; под ред. В. В. Химики, Л. Б. Волковой. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 284 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Модуль.). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2756ACD-4E24-462F-9742-EB522F1E7D41.

Автор РПД: М.М. Молчанова, проф., д-р филол. наук, доц.