

АННОТАЦИЯ

Дисциплины «Б1.В.03 Концепции современного периодического издания»

Объем трудоемкости ОФО: 3 ЗЕТ (108 часов, из них – 24,3 ч. аудиторной нагрузки: лекционных 12 ч., практических 12 ч.; самостоятельной работы 57 ч., 0,3 ч. ИКР, контроль 26,7 ч.)

Цель дисциплины: систематизация знаний и навыков в области концепции издания.

Задачи дисциплины:

- сформировать базовый понятийный аппарат синтаксиса;
- сформировать современные теоретические представления о предмете синтаксиса, его основных единицах и категориях;
- развить и углубить знания о синтаксических нормах современного русского литературного языка, стилистическом потенциале синтаксической системы;
- сформировать устойчивые навыки синтаксического анализа.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Учебная дисциплина «Концепции современного периодического издания» относится к вариативной части блока «Б1 Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина опирается на положения таких учебных дисциплин как «Медиахолдинги на современном информационном рынке», «Современное информационное пространство», «Методология и методика медиаисследований», «Современные медиасистемы», «Проблемы современности и повестки дня СМИ» и др.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-7, ПК-2, ПК-7

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Профильное наполнение компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
ОПК-7	Готовностью учитывать значения экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знание медиаэкономики в профессиональной деятельности	Особенности и принципы организации деятельности средств массовой информации (СМИ) в условиях рыночной экономики; актуальные проблемы медиаэкономики; экономические основы труда журналистов, бюджет редакции СМИ; рынок информационных продуктов и услуг	Использовать полученные знания в практической профессиональной деятельности; самостоятельно анализировать экономическую деятельность и процессы, протекающие в российских СМИ; обобщить теоретические основы и практические задачи менеджмента и маркетинга информационных продуктов	Ключевыми понятиями и базовыми категориями основ менеджмента и маркетинга информационных продуктов

ПК-2	Готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	Магистрант должен: знать принципы создания журналистского авторского медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности и выполнения различных видов редакционной работы;	уметь создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности; работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности.	владеть навыками создания медиатекста для различных медийных платформ повышенной сложности; навыками редакционной
ПК-7	Готовностью учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности	Особенности и принципы организации деятельности средств массовой информации (СМИ) в условиях рыночной экономики; актуальные проблемы медиаэкономики; экономические основы труда журналистов, бюджет редакции СМИ; рынок информационных продуктов и услуг	Использовать полученные знания в практической профессиональной деятельности; самостоятельно анализировать экономическую деятельность и процессы, протекающие в российских СМИ; обобщить теоретические основы и практические задачи менеджмента и маркетинга информационных продуктов	Ключевыми понятиями и базовыми категориями основ менеджмента и маркетинга информационных продуктов

Основные разделы дисциплины, изучаемые на 2 курсе (для студентов ОФО):

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Категориальные основы курса	11	2	2		7
2	Система и динамика понятийнотерминологического аппарата и источниковой базы	14	2	2		10
3	Концепции СМИ в международном медийном пространстве	14	2	2		10
4	Концепция периодики	14	2	2		10
5	Комплексные характеристики концепции издания	14	2	2		10
6	Концепция издания в интеракции «социум-контент-дизайн-техника»	14	2	2		10

	Итого:		12	12		57
--	---------------	--	-----------	-----------	--	-----------

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*

Вид аттестации: экзамен

Основная литература:

1. Колесниченко, А. В. Основы журналистской деятельности : учебное пособие для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 341 с. Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/5AB39770-3488-4AEB-83F4-36220F7647DA
2. Шостак, М. И. Новостная журналистика. Новости прессы : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. И. Шостак. — 2-е изд., доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 237 с.
www.biblio-online.ru/book/B2905E73-8DAE-4C1D-8B43-EA2D7C0820DD

Автор: доц., к.ф.н.Адамова М.В.