Аннотация
по дисциплине Б1.В.08 «Журналистское мастерство (в контексте рекламной деятельности)»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, из них – 24,2 часа аудиторной нагрузки: практических 24 ч.; 47,8 часов самостоятельной работы, ИКТ – 0,2)*

Цель дисциплины: формирование журналистских навыков и умений магистрантов в рамках программы «Реклама», овладение системными знаниями классической школы журналистики, освоение новейших парадигм профессии.

Задачи дисциплины:

- предложить современную адекватную методологию использования теоретических знаний по журналистике на практике;
- выработать четкое понимание развития коммуникационной парадигмы «событие-медиасобытие-медиасообщение» в рамках рекламной деятельности;
- обозначить ключевой фактор эффективности современной журналистики – умение работать в парадигме мышления активного думающего и производящего контент читателя для создания адекватных медиатекстов рекламной направленности;
- сформировать понимание практических аспектов использования жанровых критериев для написания информационно-аналитических материалов рекламной направленности;
- на основе анализа лучших работ современных журналистов дать представление о нормативном и креативном использовании жанров медийных сообщений;
- обозначить направления творческой работы каждого магистранта и развивать его индивидуальный журналистский стиль в рамках создания медиатекстов рекламной направленности;
- предложить эффективные парадигмы коллективной работы,
- развивать способности творческого использования полученных знаний в реальной деятельности как в сфере медиа, так и рекламы.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина «Журналистское мастерство» относится к вариативной части Б1 «Дисциплины (модули) учебного плана». Знания и навыки, полученные в ходе изучения курса «Журналистское мастерство» необходимы для работы магистранта с творческими заданиями, изучении дисциплин соответствующей профилизации, прохождения производственной практики. Дисциплина базируется на уже сформированных предшествующих таких дисциплин: «Основы журналистики», «Практическая журналистика», последующие дисциплины: «Инновационные технологии в рекламной деятельности», «Психология журналистики».

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих *общепрофессиональных/профессиональных* компетенций: ***ОПК 5, ПК 1, ПК 4***

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОПК 5	готовностью следовать принципам создания современных медиатекстов для разных медийных платформ, способность	основные принципы создания современных рекламных медиатекстов для разных медийных	выявлять специфику различных медийных платформ в профессиональной деятельности	навыками анализа и создания современных рекламных медиатекстов для

		учитывать их специфику в профессиональной деятельности	платформ		различных медийных платформ
2.	ПК-1	готовностью создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов	жанровую специфику рекламных медиатекстов, основываясь на углубленном понимании их специфики	создавать авторский рекламный медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности	навыками создания рекламных текстов разных жанров для различных медиаплатформ
3	ПК-4	готовностью выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты	знать основы анализа в сфере рекламного медиамоделирования и медиапроектирования	аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки рекламного медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности	навыками инновационных медиаисследований и в рекламной деятельности.

Основные разделы (темы) дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 2 семестре:

	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Журналист как субъект общения.	16	-	5	-	11
2.	Аудитория как объект и субъект общения журналиста. Психологические характеристики аудитории.	16	-	5	-	11
3.	Журналист и аудитория: секреты обратной связи.	16	-	5	-	11
4.	Менеджмент новости.	16	-	5	-	11
5.	Итоговое занятие. Зачет.	7,8	-	4	-	3,8
	Итого по дисциплине:		**-**	**24**	**-**	**47,8**

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 269 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F.
2. 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.
3. 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.
4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-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.ф.н., доц. Мальцева И.А.