

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.03.02
«Медиакарта региона»

Объем трудоемкости: 2 зачетных единицы (72 часа, из них – 8,2 контактных часа, 4 ч. лекционных, практических 4 ч.; 60 часов самостоятельной работы, ИКР 0,2 ч., 3,8 ч. контроль)

Цель освоения дисциплины – ознакомить студентов с комплексным описанием конкретного регионального медиа-рынка.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается:

- механизмы разработки PR и рекламы в политике сотрудничества со СМИ;
- СМИ в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности;
- мировой опыт и российская региональная специфика рекламы и PR.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиакарта региона» входит в раздел «Б.1. Вариативная часть. Дисциплины по выбору» ФГОС ВО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Преподавание дисциплины основано на изучении предшествующих дисциплин - «Социология», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации».

Компетенции, формируемые при освоении дисциплины «Региональный рекламно-информационный рынок», необходимы в ходе прохождения студентами практик, имеют значение для подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ ряда тематик.

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

Процесс изучения дисциплины «Медиакарта региона» направлен на формирование следующих компетенций:

- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (ОК/ПК)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ПК-8	способностью организовывать подготовку к	знать способы подготовки к выпуску,	уметь разрабатывать различные	владеть навыками разработки и

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	производство и распространен ие рекламной продукции, методы их реализации на практике	проекты рекламных и PR- продуктов	подготовки материалов и продуктов для рекламной деятельности
2	ПК-11	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	знать аспекты взаимодействи я СМИ с другими социальными институтами, влияния на культуру и аудиторию, роль в формировании общественного мнения; знать современные процессы в сфере масс- медиа: влияние процесса глобализации, возникновение транснационал ьных СМИ, феномены медиаимпериал изма и альтернативны х СМИ	уметь анализировать деятельность современных СМИ; уметь изучать аудиторию СМИ, ее отношение и предпочтения	владеть методами проведения PR-кампаний и формировани я имиджа

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре (для студентов ЗФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов
---	-----------------------------	------------------

		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Региональный рекламно-информационный рынок: понятие, структура	9	1	-	-	8
2	Взаимосвязь коммуникации, политики и управления	9	1	-	-	8
3	PR-продвижение организации: региональный аспект	9	1	-	-	8
4	Коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности	9	1	-	-	8
	<i>Итого по дисциплине:</i>		4	-	-	32

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре (для студентов ЗФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Специфика рекламы и PR в организациях	13	-	2	-	11
2	PR-сопровождение государственного и муниципального управления на региональном уровне	11	-	1	-	10
3	Мировой опыт и российская региональная специфика рекламы и PR. <i>Итоговое занятие</i>	7	-	1	-	7
	<i>Итого по дисциплине:</i>		-	4	-	28

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1.Алексеева, М.И. Средства массовой информации России [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова ; под ред. Засурского Я.Н.. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2011. — 391 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/69086>. — Загл. с экрана.

2.Балабуха, П. И. Роль рекламы в современных СМИ [Электронный ресурс] / П. И. Балабуха. - Москва : Лаборатория Книги, 2012. - 150 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=142431&sr=1.

Автор РПД: И.О. Никулин, доц., канд. филол. наук, Е.В. Тарасенко, преподаватель.