

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Б1.В.ДВ.03.01 Саморегулирование СМИ»

Объем трудоемкости: 2 ЗЕТ (72 часа, из них – 10,2 ч. аудиторной нагрузки; практических 10 ч.; 58 ч. самостоятельной работы, 0,2 ч. -ИКР, 3,8 ч. - контроль)

Цель дисциплины: изучение деятельности институтов саморегулирования СМИ в России и за рубежом.

Задачи дисциплины:

- раскрытие предпосылок возникновения органов саморегулирования СМИ;
- изучение становления и развития институтов саморегулирования СМИ в России и за рубежом; – знакомство с основными функциями и принципами деятельности российских и международных органов саморегулирования СМИ.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Саморегулирование СМИ» относится к вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина опирается на положения таких учебных дисциплин как «Деонтология журналистики», «Журналистика как социокультурный феномен», «Типология средств массовых коммуникаций», «Актуальные проблемы медийного законодательства» и является предшествующей для следующих дисциплин: «Работа журналиста с источниками информации», «Разработка концепции правового периодического издания» и др.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-4, ПК-6, ПК-7

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Профильное наполнение компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
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	функции журналистики по отношению к различным сферам социальных отношений. Предпосылки и причины глобальных трансформаций СМИ. Новые медиа и их медиаэкономику. Новые способы передачи информации, новые виды контента и его трансляции	описывать принципы функционирования медиасистем, анализировать медиасистемы, определять аудиторию, контент, проблемы эффективности, пути развития медиаиндустрии, экономическое развитие медиа	факторами политического и прочего воздействия на медиаэкономику мотивацию менеджеров СМИ при продельвании стратегических шагов.
ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	профессиональную искусствоведческую терминологию; принципы и методы проведения искусствоведческого анализа; тенденции развития концепций сущности художественного творчества	определить зависимость образности от материала и техники исполнения произведения искусства	способами выявления образной структуры в различных видах искусства

Основные разделы дисциплины:

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Предпосылки возникновения системы саморегулирования СМИ	12		2		10

2	Саморегулирование СМИ: зарубежный опыт	14		2		12
3	Совет по прессе как основной институт саморегулирования СМИ	14		2		12
4	Саморегулирование СМИ: российский опыт	14		2		12
5	Деятельность международных журналистских организаций. Итоговое занятие. Зачет	14		2		12
	Итого:			10		58

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Вид аттестации: *зачёт*

Основная литература:

1. Прозоров, В.В. Власть и свобода журналистики : учебное пособие / В.В. Прозоров. - 3-е изд., перераб. - М. : Флинта, 2017. - 240 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9765- 1071-5 ;

То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103821>

2. Шарков, Ф.И. Правовые основы коммуникации: в рекламе, связях с общественностью, журналистике : учебное пособие / Ф.И. Шарков, В.И. Захарова. - М. : Проспект, 2016. - 224 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-392-19922-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444150>

Автор: д филол. наук, проф. Осташевский А.В.