

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.03.02
«Современные зарубежные СМИ»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 10,2 контактных часов: практических 10 ч.; 58 часов самостоятельной работы; 3,8 часов контроль; 0,2 часа ИКР).

Цель освоения дисциплины - создание в сознании студентов целостного представления о современных зарубежных СМИ, содержании и каналах распространения коммуникативного месседжа, месте, роли и функциях современных зарубежных СМИ в области экономики, политики и социальной сфере.

Задачи дисциплины:

- анализ современных зарубежных СМИ в качестве значимых носителей рекламной информации;
- формирование практических навыков исследования современных зарубежных СМИ методами социологии, психологии и семиотики;
- изучение зависимостей между деятельностью современных зарубежных СМИ в и рекламной деятельностью;
- определение места и роли современных зарубежных СМИ, включая новейшие информационные каналы.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Современные зарубежные СМИ» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Дисциплина «Современные зарубежные СМИ» относится к вариативной части профессионального цикла дисциплин. При ее освоении используется знания следующих дисциплин: «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга».

Знания, полученные при изучении дисциплины «Современные зарубежные СМИ» используются в дальнейшем при изучении специальных дисциплин в вариативной части.

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

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

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК4	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания	основные понятия медиалогии	анализировать состояние медиарынка и соответствующей целевой аудитории	навыками размещения и анализа информации в медиасистемах

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ			
2.	ПК6	готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиа проектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	- основные теоретические подходы к коммуникации как социальному явлению, структуру; - функции и важнейшие характеристики коммуникативного процесса; - виды, средства, формы и методы коммуникации в рыночной среде. историю отечественного и зарубежного рынка BTL - коммуникаций; современное состояние рекламной индустрии в России и за рубежом, модели развития и функционирования отечественных рынков рекламы;	вычленять из комплексного коммуникативного процесса отдельные коммуникативные акты, анализировать их по всем возможным критериям типологизации; - собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью. - использовать приемы и средства создания рекламного продукта с использованием инноваций;	навыками практического осуществления всех стадий коммуникативного процесса, передачи и принятия информации в процессе осуществления различных коммуникаций, поддержания её процесса;

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
3.	ПК7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	- современные рекламные стратегии, формы реализации креатива в нестандартном рекламном продукте; - технологию и средства разработки рекламного продукта с использованием нестандартных медиа и инновационных технологий;	- использовать навыки для исследования психологического восприятия конкретной рекламы целевой аудиторией и определения ее возможной эффективности; - применять знания по дисциплине «BTL-коммуникации в местах продаж» в практической деятельности специалиста по рекламе;	- навыками культуры научного мышления. - навыками применения различных методов и приемов BTL; - навыками применения инновационных рекламных технологий на практике.

Основные разделы дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Современные зарубежные СМИ	13	-	2	-	11
2.	Основные современные зарубежные СМИ. Их структура.	12	-	1	-	11
3.	Организация работы в современных зарубежных СМИ	11	-	1	-	10
	<i>Итого по дисциплине:</i>		-	4	-	32

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 2 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Современные зарубежные СМИ (продолжение)	12	-	2	-	10
2.	Основные современные зарубежные СМИ. Их структура. (продолжение)	12	-	2	-	10
3.	Организация работы в современных зарубежных СМИ (продолжение). <i>Итоговое занятие</i>	11,8	-	2	-	6
	<i>Итого по дисциплине:</i>		-	6	-	26

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Система СМИ [Электронный ресурс]: практикум / авт.-сост. Е. В. Струкова. - Ставрополь: СКФУ, 2015. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=458304.

2. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс] : учебник / Киселев А. Г. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 431 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436719&sr=1.

Автор РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.