

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.08.01
«Выпуск корпоративного издания / теле радиопрограммы»

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

Цель освоения дисциплины - приобретение студентами базовых теоретических знаний и практических навыков, составляющих основное содержание по выпуску корпоративного издания / телерадиопрограмм. Знание основных технологий создания корпоративного издания / телерадиопрограмм являются важной составляющей профессиональной подготовки современных специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Задачи дисциплины.

Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач: рассмотреть основные теоретические и практические подходы по выпуску корпоративного издания / телерадиопрограмм; ознакомить с основными этапами создания корпоративного издания / телерадиопрограмм.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Выпуск корпоративного издания /теле, радиопрограммы» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Дисциплина «Выпуск корпоративного издания / телерадиопрограммы» является базовой для целого ряда дисциплин, таких как «Пресс-служба в государственных и общественных структурах», «Инновационные технологии в рекламе и ПР», «Медиапланирование», «Основы медиапланирования»

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

Процесс изучения дисциплины «Выпуск корпоративного издания /теле, радиопрограммы» направлен на формирование следующих компетенций:

общефессиональных компетенций (ОПК):

- готовность осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимания спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации (**ОПК-3**);
- готовность осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ (**ОПК-4**);

профессиональных компетенций (ПК):

- готовность аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способность общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями (**ПК 6**)

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

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-2	готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	специфику редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	навыками редакционно й работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности
2.	ОПК 4	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики русской зарубежных национальных моделей СМИ	знать сущность и технологии разработки социально- экономических проектов (программ развития), оценки экономических , социальных, политических условий и последствий реализации государствен ных (муниципальн ых) программ;	уметь разрабатывать социально- экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ;	владеть способност ю разрабатыват ь социально- экономически е проекты (программы развития), оценивать экономически е, социальные, политические условия и последствия реализации государствен ных (муниципаль ных) программ;
3.	ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектировани я и медиамоделирования	специфику медиапроектов на базе знания современных принципов и методов медиапроектир ования и медиамоделиро вания	осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектиро вания и медиамоделиро вания	навыками разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроекти рования и медиамодели рования

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Корпоративные СМИ в системе средств массовой информации	13	-	2	-	11
2	Корпоративные СМИ в системе PR	13	-	2	-	11
3	Корпоративная пресса: история и современность	13	-	2	-	11
4	Корпоративное радио: история и современность	13	-	2	-	11
5	Корпоративное ТВ: история и современность. <i>Итоговое занятие</i>	16,8	-	2	-	14
	<i>Итого по дисциплине:</i>		-	10	-	58

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование: теория и практика: учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 492 с.: табл., граф. ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01769-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785>
2. 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.

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