

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины «Б.О.20 Основы теории и практики распространения издательской продукции» (код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 7 зачетных единиц

Цель дисциплины: __ Цель дисциплины – изучение процесса распространения издательской продукции. В процессе освоения дисциплины студенты изучают инновационные методы распространения и продвижения издательской продукции, осваивают навыки предпринимательства

Задачи дисциплины:

- изучение процесса распространения издательской продукции;
- анализ современных методов распространения и продвижения продукции издательства;
- изучение правовых, финансовых и организационных аспектов издательской деятельности.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б.О.20 «Основы теории и практики распространения издательской продукции» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Основой для изучения дисциплины являются знания и навыки, полученные в результате освоения следующих дисциплин: «Менеджмент в издательском деле», «Маркетинг в издательском деле».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ПК-01 Способен анализировать, оценивать, редактировать медиатексты СМИ разных типов, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, формами, стилями	
ИПК-1.1. Анализирует и оценивает медиатексты СМИ разных типов на соответствие нормам и стандартам редактирования медиатекстов СМИ разных типов для отбора к публикации в СМИ	Знает особенности конъюнктуры федерального и регионального рынка медиапродукта Умеет выявлять покупательский спрос на издательскую продукцию на федеральном и региональном рынках Владеет навыками участия в реализации медиапродукта на федеральном и региональном рынках
ИПК-1.2 Редактирует медиатексты СМИ разных типов и приводит их в соответствие с нормами, стандартами, формами, стилями	Знает основные коммерческие преимущества текстов различных форм и тематических категорий Умеет формировать конкурентоспособный медиапродукт Владеет навыками актуализации, придания релевантности, эксклюзивности и формирования иных конкурентных качеств медиатекста
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ИОПК-1.1. Анализирует медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты на соответствие актуальности, социальной значимости, востребованности и нормам русского языка	Знает специфику функционирования региональных и федеральных медиасистем, структуру актуальных информационных потоков Умеет определять актуальность, релевантность, востребованность и социальную значимость той или иной информации Владеет навыками в области мониторинга информационных поводов и анализа новостной сути актуальных событий

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ИОПК-1.2. Редактирует медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка и других знаковых систем	Знает коммуникативные особенности формальных и содержательных сторон медиапродукта в парадигме восприятия массовой аудиторией
	Умеет повышать как информативность, так и коммуникативную привлекательность медиапродукта для различных аудиторных групп
	Владеет навыками в области редакционной подготовки медиапродукта, направленными на адаптацию к специфике различных каналов распространения

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		очно-заочная	заочная
		6 семестр (часы)	7 семестр (часы)	X семестр (часы)	3, 4 курс (часы)
Контактная работа, в том числе:	132,5	60,2	72,3		28,5
Аудиторные занятия (всего):	124	56	68		
занятия лекционного типа	70	28	32		12
лабораторные занятия	-	-	-		
практические занятия	64	28	36		16
семинарские занятия	-	-	-		
Иная контактная работа:	8	4	4		0,5
Контроль самостоятельной работы (КСР)	8	4	4		
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,5	0,2	0,3		0,5
Самостоятельная работа, в том числе:	92,8	47,8	45		211
Проект	30,8	15,8	15		71
Реферат/эссе (подготовка)	31	16	15		70
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	31	16	15		70
Подготовка к текущему контролю					
Контроль:	26,7	-	26,7		12,5
Подготовка к экзамену					
Общая трудоемкость	час.	252	108	144	252
	в том числе контактная работа	132,5	60,2	72,2	28,5
	зач. ед	7	3	4	7

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет, экзамен.

Автор Шувалов С.С. старший преподаватель кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии