

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