

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.02.02 «Информационный маркетинг на ТВ»

Цель освоения дисциплины - рассмотреть социально-экономическую сущность маркетинга, его содержание, инструменты и варианты практического использования на телевидении.

Задачи дисциплины

- Научить творческому мышлению при подаче информации;
- Находить нестандартные решения в сложных ситуациях;
- Принимать обоснованные решения в постоянно меняющихся условиях внешней среды с целью обеспечения жизнеспособности производственно-коммерческих структур.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Информационный маркетинг на ТВ» относится к дисциплинам по выбору части Б1.В.ДВ.02.02 учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для ее изучения: «Язык кроссмедийной коммуникации», «Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере».

Перечень последующих дисциплин, необходимых для ее изучения: «Мастерство создания радио-, телевизионных сценариев», «Спичрайтинг в СМИ».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	
ИУК-4.1. Знает современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия.	Знает: современные коммуникативные массмедийные технологии в
	Умеет: использовать современные коммуникативные массмедийные технологии для академического и профессионального взаимодействия
	Владеет: иностранным языком для использования современных коммуникативных массмедийных технологий
ИУК-4.2. Умеет применять современные коммуникационные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.	Знает: применение коммуникативных технологий применительно к журналистской работе
	Умеет: применять медийные технологии на иностранном языке
	Владеет: иностранным языком для применения медийных технологий
ИУК-4.3. Владеет практическими навыками использования современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном (ых) языке(ах)	Знает: специфику массмедийных коммуникативных технологий
	Умеет: применять массмедийные коммуникативные технологии в своей работе
	Владеет: навыками применения массмедийных технологий на иностранном языке

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность, содержание, определение маркетинга. Специфика существования маркетинга на телевидении	31,8		8		23,8
2.	Цели, основные принципы и функции маркетинга	38		8		30
3.	Этапы развития информационного маркетинга на телевидении	38		8		30
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>				24		83,8
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2				
Подготовка к текущему контролю						
Общая трудоемкость по дисциплине		108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Автор: Мальцева И.А., доц., к. филол. наук, доц.