

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.08 «Типология СМК»

Объем трудоемкости: 7 зач. ед.

Цель освоения дисциплины – понимание принципов формирования системы средств массовой коммуникации.

Задачи дисциплины

- изучение современного состояния СМК, её инфраструктуры, а также основных организационных форм медиаиндустрии;
- понимание базовых типологических признаков различных СМК, а также их основных отличительных черт;
- овладение навыками профессиональной деятельности с учётом специфики СМК.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Типология СМК» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень дисциплин, связанных с ней и необходимых для ее изучения: «Прикладные аспекты рекламной и PR-деятельности».

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

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. Применяет современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает принципы работы современных цифровых технологий, включая социальные сети, мессенджеры, платформы для видеоконференций и совместной работы, а также особенности профессиональной коммуникации на иностранных языках. Умеет эффективно использовать цифровые инструменты для ведения деловой переписки, организации онлайн-встреч, создания и управления контентом, а также адаптировать свои сообщения под различные аудитории и культурные контексты. Владеет практическими навыками работы с офисными приложениями, программами для видеоконференций и управления проектами, а также свободно владеть одним или несколькими иностранными языками для уверенного общения в академической и профессиональной среде
ОПК-4 – Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктов	
ИОПК-4.1 Умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории	Знает особенности потребностей общества и интересов аудитории, методы анализа и прогнозирования спроса на медиатексты и медиапродукты, а также современные тенденции в медиаиндустрии. Умеет проводить исследования рынка и аудитории, анализировать данные и делать прогнозы

	относительно спроса на медиатексты и медиапродукты, а также разрабатывать стратегии удовлетворения потребностей аудитории. Владеет методиками сбора и обработки данных, навыками проведения фокус-групп и интервью, а также инструментами для анализа больших данных и представления результатов исследований.
ОПК-5 – Способен для принятия профессиональных решений, анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
ИОПК-5.1 Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; знает политические и экономические механизмы, правовые и этические нормы регулирования	Знает актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем на региональном, национальном и мировом уровнях, а также понимать политические, экономические механизмы их функционирования и соответствующие правовые и этические нормы регулирования. Умеет анализировать и прогнозировать развитие медиакоммуникационных систем, учитывая политические и экономические факторы, а также правовые и этические нормы, и разрабатывать стратегии адаптации медиаорганизаций к новым условиям. Владеет методиками анализа медиарынков, инструментами правовой и этической экспертизы, навыками стратегического планирования и работы с данными, чтобы эффективно адаптировать медиакомпанию к изменяющимся условиям и представлять результаты анализа в понятной и структурированной форме.
ИОПК-5.2 Применяет профессиональные решения, анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования	Знает политико-экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем на региональном, национальном и мировом уровнях, а также актуальные тенденции их развития. Умеет анализировать развитие медиакоммуникационных систем, учитывая политические и экономические факторы, и применять профессиональные решения на основе проведенного анализа. Владеет методиками анализа медиарынков, навыками стратегического планирования и работы с данными, чтобы эффективно прогнозировать и адаптировать медиастратегии к изменяющимся условиям.

Содержание дисциплины

1 семестр:

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Массовая коммуникация: понятие, инструменты и функции	18	2	4	-	12

2.	Теории массовой коммуникации	18	2	4	-	12
3.	Теории социальных медиа	18	2	4	-	12
4.	Средства массовой коммуникации	18	2	4	-	12
5.	Коммуникационные барьеры	18	2	4	-	12
6.	Использование средств массовой коммуникации в рекламе	18	2	4	-	12
ИТОГО по разделам дисциплины		108	12	24		72
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Подготовка к текущему контролю		35,7				
Общая трудоемкость по дисциплине		144				

2 семестр:

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Массовая коммуникация в современном обществе: теории, влияние и трансформации	18	-	4	-	14
2.	Современные тренды и вызовы медиакоммуникаций: от алгоритмов к культуре потребления	18	-	4	-	14
3.	Барьеры и вызовы в современной медиакоммуникации: от этики до культурных различий	18	-	4	-	14
4.	Рекламные стратегии в медиапространстве: вызовы, этика и инновации	18	-	4	-	14
ИТОГО по разделам дисциплины		72		16		56
Курсовые работы						
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Подготовка к текущему контролю		35,7				
Общая трудоемкость по дисциплине		108				

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор: доцент кафедры рекламы и связей с общественностью И.О. Никулин