

Приложение к рабочей программе дисциплины Современный медиатекст

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Магистерская программа: «Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах»

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Современный медиатекст

Дисциплина обязательной части учебного плана

форма обучения – очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	4/144
Цель изучения дисциплины	формирование у магистрантов системы профессиональных знаний, умений и навыков о структуре, семантике, прагматике, стилистике и риторике медиатекста, о типологии и особенностях современного медиатекста, способах создания, способах воспроизведения, канала распространения.
Содержание дисциплины	Тема 1. Медиатекст как основная единица современного медиапространства. Тема 2 Основные тенденции развития языка современных СМИ. Тема 3. Основные виды и типы медиатекстов. Тема 4. Коммуникационные основы создания медиатекстов. Тема 5. Анализ медиатекстов. Тема 6. Технологии создания современных медиатекстов. Тема 7. Специфика создания рекламных и PR-текстов для современного медиадискурса. Тема 8. Технология создания PR-текста
Формируемые компетенции (коды)	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-4
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ОПК-1.1 Демонстрирует навыки планирования и организации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом национальной и культурной специфики. ОПК-1.2 Умеет координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменения норм русского и иностранного языков. ОПК-1.3 Владеет навыками организации процесса поиска творческой идеи при создании медиатекстов и (или) коммуникационных продуктов. ОПК-2.1 Знает основные проблемы массовой коммуникации и современных СМИ, механизмы и закономерности их формирования и развития, основные теории и концепции, относящиеся к сфере информации, коммуникации и формирования общественного мнения ОПК-2.2 Проводит анализ основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. ОПК-4.1 Умеет организовать изучение потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты. ОПК-4.2 Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Современный медиатекст, Иностранный язык (профессиональный), Технологии рекламы и СО в различных сферах, Технологии управления общественным мнением. Преддипломная практика
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий 3) дистанционные образовательные технологии
Форма промежуточной аттестации	экзамен