

Приложение к рабочей программе дисциплины
Современные медиакоммуникационные системы

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

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

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Современные медиакоммуникационные системы

Дисциплина обязательной части учебного плана

форма обучения – очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	формирование у магистрантов системы профессиональных знаний, умений и навыков о роли рекламы и связей с общественностью в комплексном развитии технологий, технике, инструментов работы современных медиакоммуникационных систем.
Содержание дисциплины	Тема 1. Медиакоммуникационный процесс и основы теории медиакоммуникации Тема 2. Эффективность медиакоммуникационных систем Тема 3. Характеристики медиакоммуникационных систем. Тема 4. Язык массмедиа. Барьеры медиакоммуникаций: Тема 5. Медиаменеджмент как новое направление теории медиа. Тема 6. Основные функции медиакоммуникационных систем Тема 7. Медиакоммуникационные системы как фактор социальных изменений Тема 8. Характеристики аудиторий медиакоммуникаций.
Формируемые компетенции (коды)	ОПК-3, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ОПК-3.1. Проводит анализ многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. ОПК-3.2. Умеет анализировать явления и события культуры, делать объективные выводы и применять полученный опыт в профессиональной деятельности. ОПК-3.3. Применяет культурное наследие разных эпох и народов для развития профессиональной культуры в области современной рекламной и PR-деятельности. ОПК-5.1. Имеет целостное представление о процессах и явлениях, происходящих в современном мире, знаком с принципиальными проблемами и актуальными тенденциями развития медиакоммуникационных систем, понимает их социально-экономические и политические последствия. ОПК-5.2. Знает основные нормы законодательства Российской Федерации, регламентирующего деятельность СМИ, коммерческую деятельность, авторское право, гражданское законодательство Российской Федерации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность. ОПК-5.3. Умеет устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, издательствами, заинтересованными фирмами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями. ОПК-6.1 Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты. ОПК-6.2 Демонстрирует навыки применения новейших информационно-коммуникационных технологий в процессе производства и продюсирования аудиовизуального контента для медиа. ОПК-7.1 Владеет основами научного анализа и прогнозирования различных явлений и процессов, умеет осуществлять их качественный и количественный анализ. ОПК-7.2 Демонстрирует навыки оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.

Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Коммуникации в кросс-культурном пространстве Технологии управления общественным мнением Технологии рекламы и СО в различных сферах Научно-исследовательская работа 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