

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

1. Цель освоения дисциплины

Формирование систематизированного представления и роли средств масс-медиа в современном обществе, теории и методики журналистского творчества, которое является важной составляющей профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» относится к базовой части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации», «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе», прохождения практик «Профессионально-ознакомительная практика», «Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Общественные и государственные институты в современном мире», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью», «Управленческие коммуникации в организации», прохождения практики «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);
- способен организовывать продвижение продукции СМИ (ПК-2).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- понятие и особенности медиакоммуникаций, функциональные особенности массово-информационной деятельности;
- положение журналистики в системе социальных институтов;
- правовые и этические основы журналистской деятельности; регулирующие государственную политику в области медиакоммуникаций;
- понятие, признаки и типологию жанров в, систему аргументации и принципы композиции;

уметь

- ориентироваться в системе средств массовой коммуникации;
- ориентироваться в основных этапах развития журналистики;
- правовые и этические основы журналистской деятельности; регулирующие государственную политику в области масс-медиа;
- составлять и анализировать журналистские тексты, работать с источниками информации, определять содержательно композиционную модель;

владеть

- понятийным аппаратом, используемым в журналистике;
- знаниями о информационном медиа-пространстве России;
- применять полученные знания в профессиональной деятельности;
- методикой журналистского творчества, методикой анализа композиции в различных жанрах.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 6,
 общая трудоёмкость дисциплины в часах – 216 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 60 ч., СРС – 143 ч.),
 распределение по семестрам – 3, 4,
 форма и место отчётности – зачёт (3 семестр), экзамен (4 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Медиакоммуникации и их роль в современном мире Система средств масс-медиа. Понятие и признаки массовой информации. Источники информации. Стандарты качества информации. Медиакоммуникации как основной объект творческой деятельности журналиста. Информация ограниченного доступа. Функции массовой информации в современном обществе. Понятие о едином информационном пространстве. Особенности информационного пространства России

Особенности современного состояния журналистики как медиасистемы. Журналистика как социальный институт общества. Особенности и основные - этапы развития журналистики и XX веке. Корпоративность и конкуренция как основные особенности социального института журналистики. Структура, основные понятия. Функции журналистики как социального института общества.

Профессионально-этические правила и законодательные нормы. Деонтологические основы функционирования масс-медиа в демократическом обществе. Моральные нормы и нормы законодательные. Этические кодексы журналиста, их. Социальная позиция журналиста. Особенности личных и профессиональных качеств журналиста. Понятие компромата. Проблема скрытой рекламы. Паблик рилейшнз и журналистика

Система медиа жанров. Композиция и аргументация в произведении. Система жанров в журналистике: функции, основные группы. Определение жанра. Традиционное жанровое деление. Их становление и место в классификации СМК. Работа с источниками информации. Документальное подтверждение информации. Ссылка на источники. Логическая аргументация . Основные принципы композиции

6. Разработчик

Овсянникова Татьяна Владимировна, канд. социол. наук, доцент кафедры социальной работы.