


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Аннотация рабочей программы дисциплины		

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Теория и практика массовой информации

по направлению/специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: формирование у студентов представления о массовой информации, ее появлении и развитии, характерных чертах и роли в современном мире, формах, специфике в различных медиаканалах (радио- и телевидении, периодической печати, интернете), жанрах печатной, радио- и тележурналистики, взаимосвязи и взаимопроникновении журналистики и рекламы в системе современных медиакommunikаций, некоторых аспектах производства медиаконтента, формирование практических навыков работы с массовой информацией.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать представление о «массовой информации», проследить ее появление и развитие, продемонстрировать ее роль в современном мире;
- кратко изучить историю становления и развития периодической печати, радио, телевидения и интернета, сделав особый акцент на российском контексте;
- составить представление о системе СМИ современной России, ознакомить с ведущими тенденциями на медиарынке, изучить типологии традиционных СМИ (печать, ТВ, радио) и новых медиа (интернет-СМИ, онлайн-телевидение, Telegram-каналы);
- обозначить специфику традиционных СМИ, новых медиа и социальных медиа;
- охарактеризовать различные виды медиатекстов (журналистский, рекламный и PR), ознакомиться с их характерными чертами;
- сформировать представление о некоторых особенностях и аспектах производства медийного контента, о системе жанров журналистики и современных медиаформатах.


2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» относится к обязательной части учебного плана бакалавров. Изучается в 5 семестре очно-заочной формы обучения.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: к началу ее изучения в качестве входных студенты должны обладать знаниями о понятии и формах, видах коммуникации (в том числе вводным образом о специфических чертах и характеристиках массовой коммуникации, основных моделях коммуникативного акта и ведущих теориях, основных подходах к изучению массовой коммуникации, владеть понятием «информационное общество»).

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей: «Основы теории и практики рекламы», «Основы теории и практики связей с общественностью», «Основы теории коммуникации», «Методика изучения исторической информации», «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью».

В дальнейшем курс станет основой изучения различных процессов в рамках дисциплин: «Введение в медиаисследования и медиаизмерения», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Планирование PR-кампаний»,

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Аннотация рабочей программы дисциплины		

«Технологии имиджмейкинга», «Демография и социальная статистика», «Планирование рекламных кампаний», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Профессионально-творческая практика», «Преддипломная практика», «ГИА».


3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИД-1 опк-2 Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития. ИД-2 опк-2 Уметь: учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. ИД-3 опк-2 Владеть: навыками анализа социальных систем, общественных и государственных институтов</p>
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИД-1 опк-5 Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ИД-2 опк-5 Уметь: учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. ИД-3 опк-5 Владеть: методами осуществления своих профессиональных действий с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часа).

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Аннотация рабочей программы дисциплины		

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе изучения дисциплины «Основы речевой коммуникации в СМИ» используются как традиционные методы и формы обучения (лекции, в т.ч. с элементами проблемного изложения, семинары, самостоятельная работа), так и интерактивные формы проведения занятий (дискуссии, тестирование).

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии: работа с электронными учебными пособиями, компьютеризированными тестами, использование интернет-ресурсов и др.

6. КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: промежуточный опрос (устная форма), итоговый опрос, тестирование, дискуссия.

Промежуточная аттестация проводится в форме: **экзамен**.