

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 19.06.2025 16:33:26
 Уникальный программный ключ:
 8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab824b3

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Современные технологии создания медиапродукта

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью 42.03.02 Журналистика 42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Рекламные технологии в медиаиндустрии Стратегические коммуникации и бренд-аналитика Международная журналистика и медиапроекты Ведение телевизионных программ Мультимедийная журналистика
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

Учебная дисциплина «Современные технологии создания медиапродукта» изучается в третьем семестре.

Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрен(а).

1.1. Форма промежуточной аттестации

экзамен

1.2. Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Учебная дисциплина Медиаэкономика относится к обязательной части ОПОП.

Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью/целями изучения дисциплины Основы маркетинга является

– **формирование комплексного представления о технике и технологиях работы и производства контента в различных типах медиа, а также об исторических этапах развития и современном состоянии данных технологий**

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИД-ОПК-2.2 Соблюдение принципа объективности в создаваемых коммуникационных материалах при освещении деятельности общественных и государственных институтов ИД-ОПК-2.3 Учет особенностей государственной информационной политики СМИ и основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании и продвижении медиапродукта

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<i>ОПК-3</i> Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<i>ИД-ОПК-3.1</i> Анализ исторических фактов и тенденций развития отечественной и мировой культуры <i>ИД-ОПК-3.2</i> Критический анализ классической и современной культуры, обоснование собственного видения базовых концепций, выявление их влияния на разработку коммуникационного продукта <i>ИД-ОПК-3.3</i> Использование многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
<i>ОПК-6</i> Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<i>ИД-ОПК-6.1</i> Использование основных принципов, методов и свойств информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности

Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	128	час.
---------------------------	---	------	-----	------