

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 16:22:53
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Новые медиа

Уровень образования	Бакалавриат
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Профиль	Производство телерадиовещательной продукции
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	Очная

Учебная дисциплина «Новые медиа» изучается в пятый семестре.
Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрены(а).

- 1.1. Форма текущей аттестации: зачёт.
- 1.2. Форма промежуточной аттестации: зачет.
- 1.3. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП.

Учебная дисциплина «Новые медиа» относится к факультативной дисциплине.

Дисциплина «Новые медиа» направлена на формирование профессиональных компетенций, позволяющих будущему журналисту осуществлять профессиональную деятельность в системе новых медиа, а также на формирование у обучающихся системного представления о принципах организации новых медиа, особенностях коммуникации в данной среде, спектрах возможностей применения новых медиа в общественной жизни, возможностях использования новых медиа в конкретных направлениях будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- Сформировать понятие о ключевых признаках новых медиа и отличиях новых медиа от традиционных медиа.
- Познакомить с историей развития новых медиа и теоретическими моделями развития новых медиа.
- Рассмотреть специфику коммуникативного взаимодействия и механизмов влияния в среде новых медиа.
- Определить место и роль новых медиа в структуре СМИ.
- Ознакомить с механизмами и проблемами правового регулирования в области новых медиа.

1.4. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ДПК-10 Способен ориентироваться в тенденциях развития современных медиа, социальных изменениях, вызванных развитием сетевой коммуникации</p>	<p>ИД-ДПК-10.1 Создание эффективных медиатекстов, формирование единого информационного пространства</p>	<p>По результатам освоения дисциплины студент должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методологию научных исследований в медиапространстве; – медиаменеджмент, формирование коммуникации с медиасообществом; – методы взаимодействия с различными целевыми группами общественности; – основные виды средств массовой коммуникации в контексте глобальных информационных процессов: пресса, радио, телевидение, Интернет-журналистика; – теорию и практику медиакультуры в условиях глобализации информационно-коммуникационного пространства. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – создавать эффективные медиатексты; – формировать единое информационное пространство; – анализировать конкретные темы с точки зрения коммуникационных задач; – разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов; – проводить коммуникационные кампании и отдельные мероприятия в разнообразных медиасредах; – проводить анализ и интерпретацию первичной и вторичной информации; – осуществлять руководство проектной деятельностью; – осуществлять контроль, оценку эффективности и корректировку стратегий; – организовать эффективные внутренние коммуникации; – мотивировать сотрудников на активную деятельность и развитие организации.
	<p>ИД-ДПК-10.3 Анализ и сравнение информации из медиатекста с информацией, полученной из учебной, научной и справочной литературы, а также включение медиатекста как альтернативного источника информации в образовательный процесс</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
		<p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками экспертной оценки и стратегического планирования; – методиками анализа (контент-анализ, кейсовый метод, мозговой штурм, ситуационный анализ и др.); – навыками подготовки социальных обзоров, прогнозов, консалтинга; – навыками управления коммуникационными службами рекламы и связей с общественностью фирмы и организации; – навыками эффективной презентации проекта; – навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; – навыками руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
---------------------------	---	------	----	------