

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория и практика медиакommunikации»
для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.
Направленность (профиль) образовательной программы - Реклама и связи с
общественностью**

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

Формирование понимания у обучающихся основных принципов функционирования системы СМИ, как массовой коммуникации; ознакомление студентов с концептуальными основами теории и практики массовой информации как средства массовых коммуникаций в современном обществе и базового инструмента специалистов по связям с общественностью; формирование целостного представления об информационных процессах и явлениях в современном мире; формирование навыков информационной культуры, формирование представлений о системе современных печатных и аудиовизуальных СМИ, целях и методах современных медиакommunikаций.

Задачи изучения дисциплины:

- * сформировать у студентов комплексное представление о современных теоретических подходах к изучению медиакommunikаций;
- * оказать значимость междисциплинарного знания в области медиаисследований;
- * научить использовать теории медиакommunikаций в качестве концептуальной рамки для анализа процессов, происходящих в сфере медиа;
- * сформировать представление о журналистике как социальном институте, системе СМИ и творческой деятельности.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

2.1 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Медиакommunikационная система	ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИД-1ОПК-5 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД-2ОПК-5 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных

		процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы
--	--	--

3. Содержание дисциплины

Медиакommunikация как особая область коммуникативной практики. Современные подходы к теории коммуникации. Медиакommunikационные процессы и закономерные тенденции их функционирования в обществе. Механизм коммуникационного взаимодействия в системе «масс-медиа - массовая аудитория». Методология и технология массово-коммуникационной деятельности. Система средств массовой коммуникации (СМК). Функции и принципы деятельности, закономерности функционирования и развития системы СМК. Управление массовой коммуникацией. Информационные технологии и тенденции развития средств массовой коммуникации. Связи с общественностью в редакционной структуре . Информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры в прессе, на радио и телевидении

.