

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 21.08.2024 15:47:17

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# Медиакоммуникативные стратегии: зарубежный ОПЫТ

Закреплена за кафедрой **Русский язык и культура речи**

Учебный план z42.04.02.02\_1.plx

Форма обучения **заочная**

## Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	1		Итого	
	уп	рп		
Лекции	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	90	90	90	90
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	1.1	анализ современного состояния систем и моделей средств массовой информации в зарубежных странах, прежде всего в наиболее развитых в сфере информационных технологий и СМИ;
1.2	1.2	рассмотрение национальных моделей СМИ и профессиональных особенностей деятельности зарубежных журналистов; изучение важнейших факторов, влияющих на развитие СМИ в современных условиях.

## 2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-3: Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов**

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

### **Знать:**

социальную, культурологическую организацию медиатекстов, теоретические и методологические основы журналистики как коммуникационной среды воспроизводства культуры и общества (соотнесенно с индикатором ПК 3.1).

### **Уметь:**

использовать достижения современной междисциплинарной науки в профессиональной деятельности, совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и культурный уровень (соотнесенно с индикатором ПК 3.2).

### **Владеть:**

основными единицами, категориями медиатекста и механизмами его создания, новейшими достижениями в области культуры, науки, образования, знаниями в области манипулятивных технологий СМИ, навыками эффективной работы с информацией, создания собственного медиапродукта с ориентацией на культивацию культурных ценностей. (соотнесенно с индикатором ПК 3.3)