

«МЕДИАПОВЕДЕНИЕ И МЕДИАПОЛИТИКА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ»

Б1.В.ДВ.2.2

Дисциплина «Медиаповедение и медиаполитика в информационном обществе» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», программа подготовки «Стратегии эффективных коммуникаций» квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи освоения дисциплины.

Цели дисциплины: изучение слушателями концепции информационного аспекта теории развития общества и личности как основы формирования медиаповедения и медиаполитики в информационном обществе, позволяющим грамотно использовать полученные знания в профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в целях определения стратегии и тактики массово-информационной деятельности компании.

Задачи дисциплины: изучение слушателями генезиса информационного общества; сущности концепции информационного подхода к теории развития общества и личности, определяющего медиаповедение массовой аудитории и основы медиаполитики в современном обществе; изучение функционального предназначения системы СМИ; освоение основных форм, методов и средств массовых коммуникаций как инструментов воздействия на общественное сознание и общественное мнение.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Медиаповедение и медиаполитика в информационном обществе» включена в вариативную часть (Б1.В) плана подготовки магистров по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» входит в дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ) ОП.

Базовой основой для изучения курса являются знания, полученные при освоении дисциплин «Консалтинг в коммуникационной политике компании»; «Медиа Рилейшнз» и др. Указанные связи дисциплины «Медиаповедение и медиаполитика в информационном обществе» дают системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с Государственным образовательным стандартом, что обеспечивает соответствующий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей профессиональной деятельности.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Медиаповедение и медиаполитика в информационном обществе», соотнесенных с планируемыми результатами

освоения образовательной программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

ОК-2 - готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

ОК-3 - готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;

ОК-6 - способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне;

ОПК-2 - способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия

ПК-2 - способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий

ПК-12 - способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- генезис становления информационного общества; сущность концепции информационного подхода к теории развития общества и личности; функциональное предназначение системы средств массовых коммуникаций как инструментов формирования медиаповедения и реализации медиаполитики компании;

Уметь:

- осуществлять сбор, обработку и анализ различных видов массовой информации; проводить мониторинг медиаповедения аудитории; применять различные формы, методы и средства массовых коммуникаций для разработки медиаполитики компании в целях воздействия на аудиторию, в интересах реализации целей и задач массово-информационной деятельности компании;

Владеть:

- навыками подготовки информационных материалов и проведения специальных информационных мероприятий; приемами использования средств массовой коммуникации как инструментов реализации медиаполитики и формирования медиаповедения массовой аудитории.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.