

# МЕДИАПОВЕДЕНИЕ И МЕДИАПОЛИТИКА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

## Б1.В.09

### 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

**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).

В основу курса «Медиаповедение и медиаполитика в информационном обществе» положены теоретические и практические разработки российских и зарубежных исследователей в области становления информационного общества, развития системы средств массовой информации и коммуникации. Последовательность изучаемых тем определена логикой формирования навыков применения на практике теоретических основ массово-информационной деятельности.

Базовой основой для изучения курса являются знания, полученные при освоении дисциплин «Теория и практика массовой информации», «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.

Учебный процесс по курсу осуществляется в виде лекций, практических занятий; активных и интерактивных форм обучения (подготовка и проведение видеоконференции; разработка концепции и создание сайта; создание банка данных и др.), групповых и индивидуальных консультаций, а также различных видов самостоятельной работы. Формой контроля уровня освоения дисциплины являются выступления на занятиях, контрольные опросы (экспресс-тестирование), подготовка и публичная защита рефератов и творческих письменных работ.

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

В результате освоения дисциплины у магистрантов формируются и развиваются следующие компетенции:

**УК-1** – Способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий;

**УК-6** - Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

**ПК-7** - Способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте, интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции

В результате освоения дисциплины слушатель 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 3 зачетных единиц, 108 часов.