

АННОТАЦИИ

к рабочим программам дисциплин
основной образовательной программы высшего образования
с направленностью
«Профессионально-творческая деятельность редактора сми»
по направлению подготовки
42.04.02 Журналистика

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Анализ иноязычных медиатекстов»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: иностранные языки и использовать их в профессиональной деятельности; основы создания современных иноязычных медиатекстов, основные лингвоформатные признаки основных типов англоязычных медиатекстов.

Уметь: выстраивать устную и письменную речь грамотно, логично и аргументировано на родном и иностранном языках;; использовать иноязычные медиатексты как источник актуальной информации.

Владеть: нормами русского и изучаемого иностранного языка;

Иметь практический опыт: интерпретации, анализа, реферирования и аннотирования медиатекстов на иностранном языке.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Медиатекст как центральная категория медиалингвистики	<p>Понятия медиалингвистики и медиатекста: Предмет, цель, задачи медиалингвистики. Концепция медиаобразования и медиаграмотности. Типы, роль и функции англоязычных СМИ в современном мире. Роль англоязычных СМИ в динамике языковых процессов. Язык СМИ в функционально-стилистическом аспекте. Категория медиадискурса. Категория медиатекста. Типология медиатекстов. Методы изучения медиатекстов.</p> <p>Англоязычный медиатекст как лингвизуальный феномен: Терминологический аппарат описания медиатекстов. Понятие креолизованного текста и его применение к медиатексту. Текстовые категории медиатекста. Функции вербального компонента в медиатексте. Функции невербальных (медийных) компонентов в медиатексте.</p>
Анализ англоязычного медиатекста	<p>Новостные медиатексты в современном англоязычном медиапространстве: Понятие новостного дискурса и новостного текста. Анализ формата новостных текстов в различных англоязычных СМИ. Морфосинтаксические особенности англоязычного новостного текста и их анализ. Лексико-фразеологические особенности англоязычного новостного текста и их анализ. Устойчивые текстообразующие компоненты англоязычных новостей.</p> <p>Англоязычные медиатексты жанра «Информационная аналитика, комментарий»: Понятие информационно-аналитического текста. Анализ формата информационно-аналитического текста в различных англоязычных СМИ.</p>

	<p>Морфосинтаксические особенности информационно-аналитического англоязычного текста и их анализ. Лексико-фразеологические особенности информационно-аналитического англоязычного текста и их анализ. Лингвистические способы выражения мнения и оценки в англоязычном медиадискурсе.</p> <p>Англоязычные медиатексты жанра «Публицистика», медиатексты группы «Features»: Понятие публицистического текста. Типы публицистических текстов. Анализ формата публицистического текста в различных англоязычных СМИ. Морфосинтаксические особенности англоязычного публицистического текста и их анализ. Лексико-фразеологические особенности англоязычного публицистического текста и их анализ.</p> <p>Англоязычные медиатексты группы «Реклама»: Понятие рекламного текста. Анализ формата рекламного текста в различных англоязычных СМИ. Способы классификации англоязычных рекламных текстов. Структура вербального компонента англоязычного рекламного текста. Морфосинтаксические особенности англоязычного рекламного текста и их анализ. Лексико-фразеологические особенности англоязычного рекламного текста и их анализ. Стилистические особенности англоязычных рекламных текстов.</p>
<p>Медиатексты в свете взаимодействия культур и межкультурной коммуникации</p>	<p>Медиатекст как отражение лингвокультуры: Тексты СМИ как способ когнитивного отражения действительности. Тексты СМИ и картина мира. Медиатекст: уровень лингвокультурологического описания. Тексты СМИ и культура. Способы передачи культурозначимой информации в медиатекстах. Категория культуроспецифичности. Лингвомедийные технологии создания образов и стереотипов. Моделирование медиатекстов в лингводидактических целях. Тексты массовой информации как объект лексикографического описания.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Аргументация в профессиональной практике редактора»

Перечень планируемых результатов обучения:

Уметь: аргументировать свою точку зрения при рассмотрении авторских материалов, разработке и реализации медиапроектов, решении конфликтов; корректно (убедительно, используя определенную систему аргументации) вести полемику,

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
<p>Раздел 1. Введение в предмет. Логический анализ аргументов и язык.</p>	<p>Тема 1: Логический анализ аргументов и язык. Основные дисциплины и научные школы, занимающиеся изучением теории аргументации: история и теория вопроса.: Широкое и узкое понятие аргументации в современных исследованиях. Аргументация как приведение аргументов, т.е. рациональных доводов. Аргументация как способ заставить адресата (читателя, слушателя, зрителя) принять какие-либо положения. Ситуации аргументирования и стили аргументации. Структура аргументации. Автор, адресат, содержание аргументации, условия аргументации. Фактор адресата и имидж автора аргументации. Тезисы и аргументы. Содержательная типология аргументации. Рациональная (последовательная) и эмоциональная аргументация. Ценностная и порождающая аргументация. Аргументация и ценностные категории. Эксплицитная и имплицитная аргументация. Основные этапы формирования учения об аргументации. Практика и теория аргументации в Древней Греции. Практика и теории аргументации в Древнем Риме. Практика и теория аргументации в Новое время. Особенности современной практики и теории аргументации.</p>
<p>Раздел 2. Теория аргументации: аргументативные стратегии и тактики в СМИ.</p>	<p>Тема 1: Теория аргументации: методы аргументации в СМИ.: Целевые коммуникативные и спекулятивные методы аргументации в СМИ: «преувеличение», «анекдот», «ссылка на авторитет», «дискредитация партнера», «изоляция», «изменение направления», «введение в заблуждение», «отсрочка», «апелляция», «вопросы-капканы», «искажение», «демагогия».</p> <p>Тема 2: Теория аргументации: приемы аргументации в СМИ.: Тактические приемы и контрприемы аргументации. Основные общеметодологические тактические приемы аргументации. Основные тактические контрприемы аргументации.</p> <p>Тема 3: Механизмы речевого аргументирования в СМИ. Взаимодействие речевого и неречевого аргументирования в СМИ.: null</p>

<p>Раздел 3. Теория аргументации: аргументативные стратегии и тактики в рекламной и PR коммуникациях.</p>	<p>тема 1: Аргументация в СМИ: публицистический, рекламный и PR- дискурсы.: 1. Специфика аргументации в рекламной коммуникации. Аргументация по способу воздействия: рациональная (логическая) и эмоциональная. Аргументация по цели воздействия: утверждающая, диалектическая и порождающая аргументация. Аргументация в разных видах рекламы: коммерческая, социальная, политическая. 2. Основные стратегии аргументирования в пиарологии. Стратегия презентации и самопрезентации («стратегия на повышение»). Стратегия дискредитации и самодискредитации («стратегия на понижение»).</p>
---	---

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Взаимодействие журналистики, рекламы и PR»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: специфику трех видов коммуникации, их взаимодействия

Уметь: организовать работу рекламного отдела в соответствии с редакционной политикой СМИ.; осуществлять разные виды профессиональных обязанностей с учетом взаимодействия журналистики, рекламы и PR.

Иметь практический опыт: работы с рекламными и PR-текстами повышенной сложности (комбинированные жанры, смежные жанры, сочетание официально-делового и публицистического стилей).

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Раздел 1. Журналистика, реклама и PR: технологическая и сущностная взаимосвязь и особенности. Журналистский, рекламный и PR-текст в структуре современного медиaprостранства.	<p>Тема 1: Текст как феномен культуры. Полифония текстов в культуре.: 1. Журналистика, реклама и PR как виды социальной информации. Основные характеристики социальной информации (инициированность, оптимизированность, селективность, референтность). 2. Журналистика, реклама и Паблик Рилейшнз как типы коммуникативной деятельности. Современные науки о тексте и их специализация. 3.2. Возможные параметры классификации и типологизации текстов. 3. Синкретичные, специализированные и синтетичные тексты. Зарождение синкретичных текстов в истоках цивилизации и их ведущие разновидности: миф, эпос и другие. 4. Исходная первичная специализация текстов в недрах различных типов деятельности. 5. Деловые, законодательные, магические тексты в истории культуры. 6. Дидактика и историография как важнейшие типы древних специализированных текстов. 7. Современные специализированные тексты: естественнонаучные, деловые и иные. 8. Полифоничность текстовых структур в составе современных коммуникативных профессий.</p> <p>Тема 2: Содержание и структура современного журналистского, рекламного и PR-текста.: 1. Медиа-текст в системе культуры. 2. Классическая схема коммуникативной деятельности и варианты ее моделей. 3. Место текста в коммуникативной цепочке. 4. Понятие PR-информации в современных коммуникациях. 5. Содержательная специфика PR-текста. Основные функции PR-текста. 6. Структурные</p>

	<p>особенности текста в современной PR-деятельности. 7. Трудности классификации и типологизации PR-текстов. Принципы и параметры классификационного подхода к корпусу PR-текстов. 8. Специфика образования жанров в письменной PR-коммуникации.</p> <p>тема 3: Медiateкст: коммуникативные тактики и стратегии.: 1. Основные коммуникативные тактики и стратегии, применяемые в PR-тексте. 2. Стратегия презентации. 3. Стратегия дискредитации.</p>
<p>Раздел 2. Жанровая палитра современного журналистского, рекламного и PR-текста.</p>	<p>Тема 1: Жанры современных медиатекстов.: Информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры журналистики. Специфика современных рекламных жанров. Типология современных пиар-жанров.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Деонтология журналистики»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса; основные этапы развития отечественного и мирового культурного процесса

Уметь: демонстрировать эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах

Владеть: представлениями о спектре функций СМИ как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Введение в деонтологию журналистики	Введение в деонтологию журналистики: Цели, задачи, содержание дисциплины. Обзор литературы. Терминология. Медиаправо в системе деонтологии журналистики. Этика в системе деонтологии журналистики: Этические стандарты. История, развитие, современность. Кодексы в системе деонтологии журналистики.
Принципы и функции журналистики и учение о должном в профессии	Принципы и функции журналистики и учение о должном в профессии: Методы получения информации. Источники информации. Журналист и информатор: проблема ответственности. Должное в профессии. Ответственность журналиста: перед кем?
СМИ, власть и гражданское общество	СМИ, власть и гражданское общество: взаимодействие или содействие?: Гражданская журналистика и формирование гражданского общества. Инструменты саморегулирования. Анализ деятельности советов по прессе. Разбор конкретного дела из опыта Общественной коллегии по жалобам на прессу. Причины судебных исков к редакциям СМИ. Анализ конкретного судебного решения. Особенности использования служебных произведений. Разбор нарушений нормы ст. 1295 ГК РФ. Профессиональная ответственность журналиста перед аудиторией. Влияние политических и экономических факторов на деятельность СМИ. Оценка новостей как проявление гражданской ответственности журналиста.
Правовое регулирование массовой информации в Интернете	Правовое регулирование массовой информации в Интернете: Статус журналиста в интернете: правовой и этический аспекты. Конвергентная журналистика и этические нормы. Злоупотребление свободой массовой информации и правами журналиста. Виды ответственности за плагиат и иные нарушения в сфере

	интеллектуальных прав. Защита общественных интересов и неприкосновенность частной жизни
--	---

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Журналистика как социокультурный феномен»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологий в сфере медиакоммуникаций;; роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, основные методы изучения аудитории

Владеть: осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики; пониманием спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации.; представлениями о месте журналистики в современной культуре;

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Журналистика как социокультурный феномен	<p>Социокультурная реальность и журналистика: Социально-культурная среда, её сущность и содержание. Стратификация и иерархизация социокультурного пространства. Проблема отражения социальной реальности средствами массовой информации.</p> <p>Роль СМИ в конструировании социальной реальности: Проблема отражения социальной реальности средствами массовой информации. Окно Овертона. Способы воссоздания и репрезентации социокультурной реальности. Проблема искажения действительности: тенденциозность и ангажированность прессы. Обсуждение фильма «Стрингер» (Nightcrawler, 2014).</p> <p>СМИ: манипуляции и мифотворчество: Субъект, объект, цель и способы манипулятивных воздействий на сознание. Приемы и методы создания мифической псевдореальности посредством СМИ. Обсуждение фильма «Хвост виляет собакой» (Wag the Dog, 1997). Диетология.</p> <p>тема СМИ: политика и идеология: Традиционализм (консерватизм) и либерализм как разновидности теоретических моделей устройства общества Основные идеологические направления. Умеренное: либерализм, социал-демократизм. Радикальное: анархизм, радикальный национализм. Консервативное: монархизм, клерикализм, национализм. Политические лагеря и СМИ в России, Западной Европе. США, типологические характеристики и содержание. Партийные издания в структуре печатных СМИ России: типологические характеристики и содержание. Политические оппоненты в России в</p>

СМИ: либерализм и традиционализм. Арабская весна. Сирийский кризис. Выборы в США . Фэйк ньюс..

тема СМИ: массовая культура и глобализация:

Постиндустриальное общество и СМИ: Интернет. Радио, ТВ.

«Новые СМИ» в условиях глобализации. Философия

постмодернизма. Сетевая журналистика. Информационные войны.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Информационное право в журналистике»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: источники отрасли; правовые институты информационного права ; специфику информационного права как отрасли права РФ; технику и технологию юридической безопасности создания и трансляции медиатекстов; правила защиты информационных прав

Уметь: находить информацию, создавать и редактировать медиатексты в соответствии с требованиями информационного права; исследовать правовое обеспечение информационных процессов

Иметь практический опыт: преодоления барьеров получения информации, создания и распространения юридически безопасных медиатекстов, работы с нормативными правовыми актами, навыками применения средств защиты прав журналиста в информационной сфере.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Раздел 1. Информационное право в контексте деятельности СМИ	Тема 1. Основные понятия, предмет и источники информационного права в контексте деятельности СМИ: Понятие информационного права. Предмет информационного права. Комплексный характер информационного права. Соотношение информационного права со смежными отраслями права. Особенности формирования информационного права. Методы правового регулирования. Понятие и виды источников информационного права. Соотношение и взаимодействие основных источников информационного права. Тема 2. Работа журналиста с разными видами информации: общедоступной и ограниченного доступа : Содержание права на доступ к информации. Эволюция законодательства о доступе СМИ журналистов и граждан к информации. Доступ к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления. Доступ к информации о деятельности судебных органов. Правовой режим открытой информации. Доступ к общедоступной (открытой) информации. Особенности правового режима информации, являющейся общественным достоянием. Конфиденциальность информации. Информация ограниченного доступа. Правовые основы ограничения доступа к информации.
Раздел 2. Информационное право в контексте деятельности СМИ	Тема 2.1 Правовое регулирование информации в сети Интернет. Правовое регулирование рекламной деятельности : Распространение информации. Оператор информационной системы. Подходы к проблеме ответственности за информацию, размещенную на интернет-сайте. Требования законодательства к

рекламе. Виды рекламы. Социальная, политическая и коммерческая рекламы. Объекты рекламы. Реклама и оферта. Информация, не признаваемая рекламой.

Тема 2.2 Ответственность в информационном праве : Виды ответственности в информационной сфере. Общие условия ответственности. Субъекты ответственности. Специфика ответственности журналиста. Запрещенная информация. Вредная информация.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; основные принципы и правила деловой, академической и профессиональной этики ; основные средства информационно-коммуникационных технологий

Уметь: адаптировать возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств к профессиональной деятельности журналиста; грамотно, четко и доступно излагать в письменной и/ или устной форме научную и профессиональную информацию на русском и иностранном языках; ; использовать современные информационно-коммуникационные технологии для академического и профессионального взаимодействия.

Владеть: навыками эффективной устной и письменной коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия на русском и иностранном/ых языках в том числе с использованием современных информационно-коммуникационных технологий.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Компьютерные технологии в деятельности журналиста	<p>Информатизация общества: Основные концепции информационного общества. Социальные последствия информатизации. Становление общества, основанного на знаниях.</p> <p>Компьютерные технологии: основные понятия и определения: Основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации.</p> <p>Основы телекоммуникационных технологий: Основы компьютерной коммуникации. Принципы построения и основные технологии вычислительных сетей, коммуникационное оборудование. Компьютерные сети – основа современных ИТ. Представление об Интернете, принцип работы, протокол IP. Виды проводного и беспроводного подключения к Интернету.</p>
Мультимедиа-технологии	<p>Технологии обработки текстовой информации: Создание, форматирование и редактирование документа в текстовых редакторах. Работа с многостраничным документом.</p> <p>Компьютерная графика и технологии обработки графических данных: Основные приемы работы с</p>

	<p>векторными изображениями. Создание растровых изображений. Обработка готовых изображений. Трехмерное моделирование</p> <p>Мультимедиа технологии представления информации: Подготовка мультимедийной презентации. Интерактивные презентации.</p>
Интернет-СМИ и блоги	<p>Информационно-коммуникационные технологии в деятельности журналиста: Характеристики интернет-аудитории: объем аудитории, социально-демографический портрет. Особенности и преимущества среды Интернет и традиционных СМИ</p> <p>Сетевая киберкультура журналиста и Интернет-СМИ: Интернет как средство осуществления межкультурного диалога. Общение в Интернете (chat, ICQ, Skype, социальные сети общения): принципы организации, функции, последствия. Сетевые сообщества и Livejournal. Информационные технологии конечного пользователя и обеспечивающие средства</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Конвергентная журналистика»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные понятия медиаконвергенции, основные тенденции развития современного медиарынка, закономерности развития медиарынка и меру успешности медиапродукта, конкретные издания, их продукты и авторов успешных мультимедийных историй

Уметь: основные понятия медиаконвергенции, основные тенденции развития современного медиарынка, закономерности развития медиарынка и меру успешности медиапродукта, конкретные издания, их продукты и авторов успешных мультимедийных историй.

Иметь практический опыт: создания и реализации концепции медиапроекта в условиях конвергенции

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Введение в конвергентную журналистику	Развитие коммуникаций, изменения в организации медиабизнеса, основные понятия и тенденции: Конвергенция. Конвергентная журналистика. Мультимедиазация. Журналистика цифровой эпохи. Флэш-журналистика. Мультимедийная конвергенция на российском и западном рынках. Новейшая история успешных редакций. Тенденции и возможности развития онлайн-СМИ. Новые типы текстов и типы аудиторий: Анализ новых СМИ, текстов новых СМИ. Анализ аудитории.
Фрагментация современных медиа	Фрагментация современных медиа: набор стратегий и проектов: Стратегия фокусирования на аудиторию. Ключевые различия между аудиториями печатных и онлайн-СМИ. Социальные сети и пользовательский контент, гражданская журналистика/ Глобальные модели новостного потребления и привычки читателей: Анализ зависимости моделей медиапотребления и привычек аудитории
Специфика производства и подачи новостей на разных платформах	Производство и подача новостей в условиях конвергентной редакции: Рыночная стоимость новостного контента. Эволюция новостей в печати и в онлайн. Жанровая специфика текстов в сети. «Длинные» тексты и «некликабельная» журналистика. Виды медиапродуктов современных редакций:

	<p>Мультимедийная история как специфический продукт конвергентной редакции</p>
<p>Бизнес-модели сетевых СМИ в Интернете. Кросс-медийные кампании</p>	<p>Бизнес-модели сетевых СМИ в Интернете. Профессии и роли журналиста в конвергентной редакции: Бизнес-модели. Немедийные продукты как составляющая бизнес-модели. Новые профессии и роли.</p> <p>Кросс-медийные кампании в медиахолдинге: специфика организации и продвижения: Анализ успешных компаний: от идеи до воплощения</p>
<p>Интернет-продвижение конвергентного медиапродукта</p>	<p>Сценарии развития традиционных СМИ в условиях цифровой журналистики: Сценарное планирование для газетных кампаний. Реорганизация газетного бизнеса в условиях конвергенции.</p> <p>Интернет-продвижение конвергентного медиапродукта: Анализ продвижения конвергентных медиапродуктов в социальных сетях. Презентация собственного проекта.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Лингвистическая экспертиза медиатекста»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные источники информации, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора; ; принципы работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями; современные теории массовой коммуникации, роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, основные методы изучения аудитории, задачи и методы, технологию и технику создания современных медиатекстов, их жанровую, содержательную и структурно-композиционную специфику, стилистические особенности, правовые и этические нормы Российской Федерации, регламентирующие деятельность средств массовой информации и экспертной деятельности

Уметь: контролировать конфликтный потенциал создаваемых в редакции медиатекстов; анализировать содержание полученных материалов и информации, целесообразность и способы их внедрения в проект; прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски, опираться на принципы деонтологии журналистики при решении профессиональных проблем, координировать действия подразделения с работой организации в целом, определять целевую аудиторию для конкретного медиапроекта, ее социальные и психологические характеристики;; работать с различными источниками информации, статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями

Иметь практический опыт: в психологии и социологии массовой коммуникации, понимая механизмы и методы воздействия массовой коммуникации на личность и общество, владеть навыками работы с законами в профессиональной деятельности, владеть навыками лингвистической экспертизы медиатекста

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Судебная лингвистическая экспертиза как вид судебных экспертиз	<p>Судебная лингвистическая экспертиза: Понятие судебной экспертизы, судебной лингвистической экспертизы. Типология судебных экспертиз. Основные категории дел для производства судебной лингвистической экспертизы. Методы лингвистической экспертизы. Пределы компетенции эксперта. Лингвистическая экспертиза и лингвистическое исследование. Эксперт и специалист. Ответственность эксперта. Оформление лингвистической экспертизы.</p> <p>Правовые основы экспертной деятельности: Изучение нормативно-правовых актов, ГК РФ, ГПК РФ, ФЗ "О судебной экспертной деятельности", ФЗ "О СМИ", ФЗ "О рекламе"</p> <p>Виды и методы исследований медиатекста.: Поиск конфликтный медиатекстов. Анализ медиатекста различными</p>

	методами.
<p>Судебная лингвистическая экспертиза медиатекста: основные категории дел</p>	<p>Судебная лингвистическая экспертиза по клевете и оскорблению: Понятие клеветы. Понятие оскорбления. Лингвоюридические признаки оскорбления. Инвективная лексика. Классификация оскорбительных слов и выражений. Оскорбление как административное правонарушение и как уголовное преступление. Понятие неприличной формы. Проблемные ситуации по определению наличия/отсутствия неприличной формы у слов и выражений.</p> <p>Судебная лингвистическая экспертиза по защите чести, достоинству и деловой репутации: Понятие порочащей информации. Категории: оценка, мнение, утверждение; оценка с фактологической ссылкой. Речевые стратегии дискредитации. Приемы речевого манипулирования. Лингвоюридический анализ спорных текстов по ст. 152 ГК РФ.</p> <p>Судебная лингвистическая экспертиза экстремистских текстов: Лингвистические признаки проявления экстремизма в тексте. Призывы и пропаганда. Анализ спорных текстов.</p> <p>Рекламный текст в лингвоюридическом аспекте: Общие требования к рекламе. Ненадлежащая реклама. Недобросовестная реклама. Постатейный комментарий к ФЗ «О рекламе». Аналитические материалы и разъяснения ФАС</p> <p>Лингвистическая экспертиза рекламного текста: Типовые вопросы судебной лингвистической экспертизы по текстам, имеющим рекламную направленность. Пределы компетенции лингвиста-эксперта по рассматриваемой категории дел. Требования к шрифту рекламного текста. Некорректные сравнения в рекламе. Судебные ситуации. Их анализ и выводы.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Медиапроектирование»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные концепции, современные принципы и методы медиапроектирования, уметь их разрабатывать и применять; принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции

Уметь: анализировать предлагаемые авторами проекты, выявлять слабые и сильные стороны, соответствия проекта информационной политике СМИ; анализировать содержание полученных материалов и информации, целесообразность и способы их внедрения в проект; определять ключевые слова текста, необходимые для проведения поисковой оптимизации; определять целевую аудиторию для конкретного медиапроекта, ее социальные и психологические характеристики; применять в работе информацию, полученную от аудитории; формировать повестку дня (круг проблем, смысловые акценты); определять цели и задачи медиапроекта; оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски ; оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ; принимать решение о включении проекта или его отклонении, о его доработке; использовать результаты обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ).; разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования; использовать отечественный и зарубежный опыт реализации аналогичных (сходных) медиапроектов; составлять и редактировать сценарии, давать рекомендации по редактированию сценариев; сочетать различные форматы материалов в составе одного и того же СМИ; творчески подходить к решению проблем в профессиональной деятельности; формулировать задания корреспондентам по самостоятельному выбору тем и поиску информации для публикаций, а также по подготовке материалов в соответствии с заранее разработанной темой; объяснять корреспондентам задачи подготовки того или иного материала;

Объем дисциплины в зачетных единицах: 7

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Системное представление проекта	<p>Системное представление проекта: Прямые и обратные связи в проекте. Энтропия и неэнтропия. Закон необходимого разнообразия. Описание проекта как системы. Иерархия в системе проекта. Метасистема и подсистемы в проекте. Функциональное и информационное описание проекта.</p> <p>Стратегическая система управления проектами: Содержание стратегической системы управления проектами. Управление портфелем проектов. Проектно-портфельные решения. Управление программой. Управление проектом. Организационный дизайн стратегической системы УП. Методология: внутренние стандарты и регламенты.</p> <p>Процессы и функциональные области управления проектами.:</p>

	<p>Жизненный цикл и фазы жизненного цикла проекта. Расширенный жизненный цикл проекта. Процессы управления проектом. Функциональные области управления проектом. Процессы и функциональные области управления проектом. Организационные структуры управления проектами. Организация по методу «стадия-воротота».</p> <p>Определение и предметная область проекта: Определение и предметная область проекта. Разработка устава проекта. Управление предметной областью (содержанием) проекта. Построение иерархической структуры работ. Критерии разработки WBS. Контрольные точки (вехи) проекта. Управление изменением содержания (предметной области).</p>
Управление проектами	<p>Управление человеческими ресурсами и командой проекта.: Управление человеческими ресурсами (командой) проекта. Модель формирования и развития команды проекта. Организация функционирования эффективных команд. Управление производительностью команды проекта. Лидерство в команде.</p> <p>Планирование проекта по временным и стоимостным параметрам.: Состав временных параметров и взаимосвязи работ. Графические построения и количественная оценка временных параметров. Методика PERT и метод критического пути. Метод PERT. Пример расчета. Метод критической цепи. Оптимизация расписания проекта. Выравнивание потребности в ресурсах. Планирование денежных затрат и проекта.</p> <p>Управление качеством проекта.: Понятие и концепции качества. Процессы управления качеством. Инструменты управления качеством. Стандарт по управлению качеством проекта.</p> <p>Управление рисками проекта.: Понятие риска проекта. Процессы управления рисками проекта. Методы качественного анализа рисков проекта. Методы количественного анализа рисков проекта. Анализ чувствительности проекта. План реагирования на риски. Планирование на случай чрезвычайных ситуаций. Мониторинг и контроль рисков</p> <p>Оценка исполнения проекта: Мониторинг сроков проекта. Метод освоенного объема: Теория. Метод освоенного объема: Основные формулы. Метод освоенного объема: Пример. Показатели стоимости проекта (часть 1). Показатели стоимости проекта (часть 2). Пример.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Медиаэкономика и медиаменеджмент»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основы менеджмента в СМИ, задачи редакции, уметь ставить задачи и координировать их выполнение; правила и порядок заключения договоров, в том числе авторских, правила составления юридической документации; пути решения нестандартных ситуаций, включая кризисную ситуацию в редакции; этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса

Уметь: выбирать оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов действий; демонстрировать эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах; координировать действия подразделения с работой организации в целом; учитывать влияние экономических факторов на деятельность медиапредприятия и эффективно их использовать; прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски

Иметь практический опыт: профессиональной журналистской этикой, технологиями и методиками проведения анализа и оценки качества выполненной работы структурных подразделений редакции; эффективного управления персоналом

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Раздел 1. Рынок СМИ. Особенности и закономерности его функционирования	<p>Тема 1: Информация как товар.: Почему и как продается информация. Каковы её основные товарные характеристики: полнота, объективность, оперативность, точность, оригинальность и пр. Какую информацию производят современные СМИ. Как формируется медиа-рынок, его основные элементы. Закономерности развития.</p> <p>Тема 2: Российский информации рынок. Особенности медиа-рынка Кемеровской области.: Российский информации рынок. Особенности медиа-рынка Кемеровской области. Основные этапы развития СМИ. Позиционирование будущего средства массовой информации среди потенциальных потребителей. Особенности учреждения и функционирования интернет-изданий.</p>
Раздел 2. Рынок СМИ. Особенности и закономерности его функционирования.	<p>Тема 1: Продвижение СМИ на рынке.: Основные компоненты редакционно-издательского маркетинга: изучение рынка потребителей, рынка производителей и конкурентной среды, позиционирование СМИ после его учреждение, реклама средства массовой информации и пр. Основные средства маркетинга СМИ. Управление и планирование развития СМИ. Стартовый капитал и его источники. Источники текущего финансирования СМИ как предприятия: производственная деятельность, возможности государственной и/или спонсорской поддержки, подписка. Формирование и</p>

	исполнение бюджета издания.
Раздел 3. Система управления СМИ.	<p>Тема 1: Учредительные документы СМИ.: Устав и другие учредительные документы СМИ. Их значение. Методы управления: правовые, политико-административные, экономические и пр. Организационная структура управления.</p> <p>Тема 2: Способы организации рекламной работы СМИ.: Способы организации рекламной работы СМИ, отношения с рекламными агентствами. Рекламная политика. Взаимодействие с рекламодателями. Государственное регулирование в сфере рекламы.</p>
Раздел 4. Редакционный менеджмент.	<p>Тема 1: Особенности управления производственным процессом в СМИ: Краткосрочное и перспективное планирование. Особенности принятия управленческих решений. Значение оперативности в принятии редакционных решений. Особенности подбора сотрудников и формирования производственной структуры. Основные критерии успешности работы персонала СМИ. Взаимодействия средств массовой информации и крупного капитала. СМИ в составе финансово-промышленных групп.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Менеджмент аудиовизуальных СМИ»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: специфику руководства журналистским коллективом, понимать уровень ответственности и уровень принятия решений в данном коллективе; структуру современной редакции, базовые принципы ее формирования; технологию редакционно-издательского процесса, основы организации труда и управления; основы менеджмента в СМИ, задачи редакции, уметь ставить задачи и координировать их выполнение; технологию редакционно-издательского процесса, основы организации труда и управления; основы организации труда и управления, трудовое законодательство Российской Федерации (основные положения), локальные нормативные акты организации, нормативные акты в сфере редакционно-издательской деятельности, правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности; особенности медиапроектирования в сфере аудиовизуальных СМИ

Уметь: анализировать эффективность работы отдела; выявлять ошибки, способствовать развитию конструктивных идей; уведомлению руководителя о необходимости применения дисциплинарных взысканий в отношении сотрудников, допустивших нарушения; четко определять стратегию развития СМИ и в соответствии с данной стратегией осуществлять текущее планирование, организационные, координационные, контролирующие обязанности; выстраивать диалог с любым членом коллектива, с учетом этнических, конфессиональных и культурных различий.

Владеть: профессиональной журналистской этикой

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Раздел 1: Типология СМИ: понятие и значение. Аудиовизуальные СМИ как тип СМИ.	Тема 1: Понятие и значение типологии средств массовой информации. Аудиовизуальные (электронные СМИ) как особый тип коммуникационного средства: Аудиовизуальные СМИ: опыт, системные характеристики, прогнозы: • исторический опыт аудиовизуальных СМИ; • тенденции организационно-структурных изменений в аудиовизуальном информационном пространстве страны; • трансформация программного продукта аудиовизуальных СМИ.
Раздел 2. Менеджмент и структура редакционного коллектива аудиовизуальных средств массовой информации.	Тема 1: Менеджмент, структура и функции редакционного коллектива аудиовизуальных СМИ.: Специфика менеджмента, структуры и функций редакционного коллектива аудиовизуальных СМИ. Учредитель, издатель, редакция, аудитория: проблемы взаимодействия.
Раздел 3. Менеджмент и управление	Тема 1: Управление редакционным коллективом: уровни менеджмента в редакции, методы управления

<p>редакционным коллективом аудиовизуальных средств массовой информации</p>	<p>коллективом. : Управление редакционным коллективом: уровни менеджмента в редакции, методы управления коллективом. Критерии определения уровня менеджмента электронных СМИ. Методы управления. Моделирование редакции, её деятельности. Система планирования. Нормирование труда и учет его результатов. Контроль и стимулирование редакционного коллектива.</p>
<p>Раздел 4. Менеджмент и этико-правовое регулирование электронных СМИ.</p>	<p>Тема 1:Этико- правовые аспекты регулирования современных аудиовизуальных средств массовой информации.: Редакция СМИ как юридическое лицо Понятие «Юридическое лицо». Порядок регистрации СМИ как юридического лица. Учредитель, соучредители СМИ, их права и обязанности. Учредитель — физическое лицо. Учредитель — юридическое лицо. Свидетельство о регистрации СМИ. Спонсор СМИ, отличие спонсора от учредителя.</p> <p>Тема 2: Редакция СМИ как юридическое лицо.: Учредители СМИ: их права и обязанности Учредительный договор как документ, закрепляющий отношения между соучредителями. Устав редакции СМИ; его основные положения. Права и обязанности соучредителей. Положения Устава редакции СМИ о финансово- хозяйственной деятельности редакции, о правах и обязанностях соучредителей, о распределении прибыли (условной или реальной), о порядке выхода из состава соучредителей, о закрытии СМИ и др.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Менеджмент печатных СМИ»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: специфику руководства журналистским коллективом, понимать уровень ответственности и уровень принятия решений в данном коллективе; структуру современной редакции, базовые принципы ее формирования; технологию редакционно-издательского процесса, основы организации труда и управления; основы менеджмента в СМИ, задачи редакции, уметь ставить задачи и координировать их выполнение; технологию редакционно-издательского процесса, основы организации труда и управления; основы организации труда и управления, трудовое законодательство Российской Федерации (основные положения), локальные нормативные акты организации, нормативные акты в сфере редакционно-издательской деятельности, правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности; особенности медиапроектирования в сфере аудиовизуальных СМИ.

Уметь: анализировать эффективность работы отдела;; выявлять ошибки, способствует развитию конструктивных идей; готовить и проводить совещания по вопросам оптимизации деятельности подразделения; готовить предложения главному редактору;; уметь принимать решения об уведомлении руководителя о необходимости применения дисциплинарных взысканий в отношении сотрудников, допустивших нарушения; четко определять стратегию развития СМИ и в соответствии с данной стратегией осуществлять текущее планирование, организационные, координационные, контролируемые обязанности; выстраивать диалог с любым членом коллектива, с учетом этнических, конфессиональных и культурных различий.

Владеть: профессиональной журналистской этикой

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Раздел 1. Типология СМИ. печатные СМИ как тип СМИ.	Тема 1: Понятие и значение типологии средств массовой информации. Печатные СМИ как особый тип коммуникационного средства.: Печатные СМИ: опыт, системные характеристики, прогнозы: • исторический опыт печатных СМИ; • тенденции организационно-структурных изменений в информационном пространстве страны; • трансформация печатных СМИ.
Раздел 2. Менеджмент и структура редакционного коллектива печатных средств массовой информации.	Тема 1: Менеджмент, структура и функции редакционного коллектива печатных СМИ.: Специфика менеджмента, структуры и функций редакционного коллектива печатных СМИ. Учредитель, издатель, редакция, аудитория: проблемы взаимодействия.
Раздел 3. Менеджмент и	Тема 1: Менеджмент и управление редакционным коллективом: уровни менеджмента в редакции, методы

<p>управление редакционным коллективом печатных средств массовой информации.</p>	<p>управления коллективом: Управление редакционным коллективом: уровни менеджмента в редакции, методы управления коллективом. Критерии определения уровня менеджмента печатных СМИ. Методы управления. Моделирование редакции, её деятельности. Система планирования. Нормирование труда и учет его результатов. Контроль и стимулирование редакционного коллектива.</p>
<p>Раздел 4. Менеджмент и этико-правовое регулирование.</p>	<p>Тема 1: Этико- правовые аспекты регулирования современных печатных средств массовой информации. : Редакция СМИ как юридическое лицо Понятие «Юридическое лицо». Порядок регистрации СМИ как юридического лица. Учредитель, соучредители СМИ, их права и обязанности. Учредитель — физическое лицо. Учредитель — юридическое лицо. Свидетельство о регистрации СМИ. Спонсор СМИ, отличие спонсора от учредителя.</p> <p>Тема 2: Редакция СМИ как юридическое лицо.: Учредители СМИ: их права и обязанности Учредительный договор как документ, закрепляющий отношения между соучредителями. Устав редакции СМИ; его основные положения. Права и обязанности соучредителей. Положения Устава редакции СМИ о финансово- хозяйственной деятельности редакции, о правах и обязанностях соучредителей, о распределении прибыли (условной или реальной), о порядке выхода из состава соучредителей, о закрытии СМИ и др.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Методология и методика медиаисследований»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: методы медиа исследований, уметь их применять в научной деятельности; основы, направления, источники и способы совершенствования профессиональной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста и требований рынка труда

Уметь: опираться в своей научной деятельности на отечественный и зарубежный опыт в данной области; выбрать тему научного исследования, оформить и представить результаты исследования; оптимально использовать собственные ресурсы и возможности для реализации успешной профессиональной деятельности; правильно формулировать цели, задачи и планировать время для профессионального развития и карьерного роста с учетом условий, средств, личностных возможностей и требований рынка труда

Владеть: навыками и приемами определения, планирования, реализации и совершенствования профессиональной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей и требований рынка труда; навыками научного исследования медиатекста и медиапродукта

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Раздел 1. Наука как социокультурный феномен. Основные этапы в становлении и развитии научного знания.	Тема 1: Наука как социокультурный феномен и род духовной деятельности человека. Формирование и развитие научного знания.: Наука как социокультурный феномен и род духовной деятельности человека. Формирование и развитие научного знания. Описание и анализ основных этапов в становлении и развитии научного знания. Тема 2: Определение и соотношение понятий: метод и методология.: Типология основных методов научного исследования. Особенности многоуровневой концепции методологического знания.
Раздел 2. Основные научные направления и школы исследования средств массовой информации. Компоненты СМИ как предмет исследования.	Тема 1: Основные научные направления и школы исследования СМИ.: Эмпирико-функционалистский подход к исследованию СМИ Критическая теория. Структурная лингвистика. Коммуникативистика: теоретические концепции и методы. Культурологические подходы к анализу СМИ. Медиаметрия. Основные методы анализа концепций средств массовой информации. Тема 2: Компоненты СМИ как предмет

	<p>исследования.: Анализ материалов СМИ. Анализ носителя информации. Специфика структурного анализа СМИ. Анализ методов получения информации.</p>
<p>Раздел 3. Исследовательские методики в изучении новых областей функционирования средств массовой информации: специализированных, тематических, медиаконвергентных, сетевых СМИ, блогосферы и др.</p>	<p>Тема 1: Опыт зарубежных и отечественных исследований .: Описание, типология и классификация новейших СМИ. Опыт зарубежных и отечественных исследований.</p> <p>Тема 2: Подходы, методы и методики анализа содержания контента СМИ.: Феноменологический подход к онтологии и гносеологии содержания. Качественные методы исследования. Герменевтические и дискурсивные методики анализа контента и семиотических систем представления содержания.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Планирование деятельности организации СМИ»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основные принципы разработки концепции авторского проекта, планирования и координации деятельности структурных подразделений редакции СМИ

Уметь: ? планировать деятельность подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период.; анализировать эффективность работы отдела; выявляет ошибки, способствует развитию конструктивных идей; готовить и проводить совещания по вопросам оптимизации деятельности подразделения; готовить предложения главному редактору (руководителю) по реализации кадровой политики в подразделении; координировать действия работников; принимать оперативные решения при угрозе нарушения плана; разрабатывать различные концепции авторского проекта, планировать и координировать деятельность структурных подразделений редакции СМИ

Владеть: навыками планирования и координирования деятельностью редакций СМИ.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Журналистика и экономический фактор. редакция как предприятие	<p>Экономические условия на рынке масс-медиа. Идеология и становление рынка СМИ: Средства массовой информации и информационный рынок. Журналистская информация как товар на информационном рынке. Экономические цели редакции. Информационный рынок: структура, закономерности формирования и развития. Факторы формирования информационного рынка. Финансовый рынок. Рынок рабочей силы (труда). Издательский рынок. Рынок информации периодических изданий. рынок. Технический материалов. Рынок и идей. Рынок</p> <p>Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса.: Правовые предпосылки основания периодического издания. Отношения учредителя, издателя, редакции, владельца имущества. Экономические предпосылки. Проблемы собственности в медиабизнесе. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса. Финансовая политика редакции. Финансовая база издания. Уставной фонд, основные и оборотные средства. Бюджет и баланс издания. Расходная часть бюджета. Доходная часть бюджета. Тиражная, рекламная, ценовая политика редакции.</p> <p>Бизнес-план и рыночная модель предприятия СМИ: Бизнес-план как продолжение бюджета редакции.</p>

	<p>Финансовое планирование в редакции. Основная структура финансовых планов. Разделы бизнес- плана. Смета расходов.</p>
<p>Основы редакционно-издательского маркетинга</p>	<p>Маркетинг СМИ: анализ рынка: Основы редакционно-издательского маркетинга. Особенности маркетинга, его цели, задачи и направления. Изучение рынка периодических изданий. Анализ спроса. Определение цены. Позиционирование в сегменте рынка.</p> <p>Маркетинг СМИ: стратегия завоевания своей «ниши» на рынке: Стратегия маркетинга. Маркетинговая служба редакции. «Торговая марка», «бренд» и их продвижение на рынок. Маркетинговые коммуникации на медиа- рынке. Инновации. Методы маркетинга. Особенности маркетинга электронных СМИ.</p>
<p>Основы редакционного менеджмента</p>	<p>Менеджмент в редакции.: Функции менеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности. Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика редакции. Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организационные принципы деятельности телерадиокомпании и информационного агентства. Менеджмент и управление редакционным коллективом.</p> <p>Экономические основы труда журналиста.: Трудовые отношения в редакционном коллективе. Стили управления. Менеджмент и периодическое издание. Стратегии антикризисного управления в СМИ. Менеджмент и этика. Менеджмент и закон.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Практика делового и корпоративного общения»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: виды и структуру коммуникаций, современные коммуникационные технологии в редакции, этапы коммуникативного процесса, принципы и признаки корпоративной культуры, этапы управления развитием корпоративной культуры

Уметь: проводить собрания, осуществлять координацию и контроль работы коллектива, решать конфликты, организовывать систему коммуникаций в редакции, обеспечивать выбор эффективных средств коммуникации с учетом конкретных требований

Владеть: культурой делового и корпоративного общения, профессиональной журналистской этикой.

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Вербальные и невербальные средства коммуникации	<p>Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности: Коммуникация. Деловая коммуникация. Виды общения: познавательное общение; убеждающее общение; экспрессивное общение; суггестивное общение; ритуальное общение. Характеристики делового общения. Человеческая речь как источник информации. Стили речи. Речевые средства общения.</p> <p>Невербальная коммуникация: Природа и типология невербальной коммуникации. Взаимодействие вербальных и невербальных средств коммуникации. Body language. Внешние проявления эмоциональных состояний. Зоны и дистанции в деловой коммуникации. Где сидеть за столом при общении. Организация пространственной среды в деловой коммуникации.</p> <p>Сознательное/бессознательное и ложь в речевой коммуникации: Сознательное и бессознательное в речевой коммуникации. Попытка обмануть как особый вид речевой коммуникации. Сигналы, выдающие неискренность и обман. Физиологические симптомы лжи собеседника. Мимика и жестикация при неискренности. Вербальные сигналы, выдающие ложь. Манипуляции в общении и их характеристики. Стратегии манипуляторов.</p>
Деловой имидж, публичная речь и корпоративная культура	<p>Имидж делового человека: Правильно подобранный имидж как одно из слагаемых успеха в деловом общении. Составляющие имиджа делового человека. Внешнее впечатление. Стиль и имидж. Создание гармоничного образа. Деловые качества. Как сделать благоприятным первое впечатление о себе. Факторы, влияющие на создание имиджа: фактор преимущества, фактор привлекательности, фактор отношения. Формирование вербального имиджа: вербальный</p>

	<p>имидж как важ-нейшая составляющая имиджа делового человека; связь языка и интеллекта; манера представляться как элемент имиджа делового человека; техники фор-мирования вербального имиджа. Самопрезентация как важнейший элемент культуры менеджера. Типы деловых партнеров</p> <p>Публичная речь: Требования к публичной речи. Целевые установки речи и их класси-фикация. Замысел речи. Создание текста речи. Классификация видов речи. Ин-формационная речь. Убеждающая речь. Призывающая к действию речь. Речи по специальному поводу: протокольная речь, траурная речь, торжественная речь, речь в дружеском кругу. Как выступать с речью. Как произвести положительное впечатление.</p> <p>Корпоративная культура: Корпоративная культура. Традиции корпорации. Корпоративный дух, цели, построение команды. Корпоративная этика и кодексы.</p>
--	---

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Проблемы современности и повестки дня СМИ»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности; основные источники информации, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдение, работа с документами, использование интернет-ресурсов), принципы работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями ; основные тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса; основные этапы развития отечественного и мирового культурного процесс; современные теории массовой коммуникации

Уметь: демонстрировать эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах; использовать отечественный и зарубежный опыт реализации аналогичных (сходных) медиапроектов; объяснять корреспондентам задачи подготовки того или иного материала; определять ключевые слова текста, необходимые для проведения поисковой оптимизации; употреблять их в составе заголовков; определять сильные и слабые стороны предоставленных авторами материалов, характер дополнительной информации, ; определять целевую аудиторию для конкретного медиапроекта, ее социальные и психологические характеристики; оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ,; оценивать корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста.; работать с различными источниками информации; формировать повестку дня (круг проблем, смысловые акценты),; формулировать задания корреспондентам по самостоятельному выбору тем и поиску информации для публикаций, а также по подготовке материалов в соответствии с заранее разработанной темой

Владеть: знаниями о психологии и социологии массовой коммуникации, о механизмах и методах воздействия массовой коммуникации на личность и общество; представлениями о современном состоянии науки, культуры, техники; представлениями о спектре функций СМИ как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Актуальные проблемы современности как объект освещения в СМИ	Актуальные проблемы современности как объект освещения в СМИ. Концепция повестки дня в СМИ: Основные глобальные проблемы современности. Повестка дня: история, теория, современность. Сущность и проблемы глобализации. Основные экологические проблемы современного общества. Основные тенденции в отражении актуальных проблем общества в мировых и российских СМИ. Роль СМИ в поиске решения актуальных проблем современности. Мировоззрение журналиста. 1. Основные глобальные проблемы современности и их освещение в СМИ: экологическая, демографическая, продовольственная и др. проблемы.

2. Основные тенденции в отражении актуальных проблем общества в мировых и российских СМИ. 3. Повестка дня мирового, российского и регионального медиа. Мировоззрение журналиста: идеал и действительность.

Актуальные проблемы российского общества в отражении мировых и российских СМИ: Экономические учения и их особенности. Российское общество в контексте глобальных проблем современности. Рыночная экономика, ее основные проблемы. Основные тенденции в отражении актуальных проблем России в мировых и российских СМИ. 1. Российское общество в контексте глобальных проблем. Экологическая ситуация в России. 2. Экономические проблемы, инфляция российского общества в освещении российских СМИ федерального и регионального масштаба. 3. Основные тенденции в отражении актуальных проблем России в мировых и российских СМИ. Мировые проблемы в освещении российских СМИ

Анализ социальных проблем в СМИ: Основные социальные проблемы России. Требования и критерии к описанию социальных проблем в СМИ. Основные тенденции в отражении социальных проблем России в различных СМИ. Демографические проблемы и их освещение в СМИ. Действенность и эффективность СМИ в решении различных социальных проблем.

Культура как понятие. Культура и общество. Освещение различных культур в российских СМИ: 1. Мультикультурализм в освещении российских СМИ. 2. Критерии и принципы освещения культурных событий в СМИ. 3. Основные тенденции в освещении культурной тематики в российских СМИ.

Мировые и национальные религии.: 1. Дискриминация конфессий в российских СМИ. 2. «Православная» направленность светских изданий. 3. Слияние светского и религиозного в современных СМИ.

Национальные и межнациональные проблемы современности – «горячая» и «табуированная» тема в российских СМИ. Войны, военные конфликты, терроризм. : 1. Проблема освещения национальных и межнациональных конфликтов в СМИ. 2. Национальная дискриминация в российских СМИ. 3. Освещение военных конфликтов в СМИ (две чеченские компании, война с Ираком, Южной Осетией). 4. Терроризм: закон и реальность.

Воспитание, образование и наука как развитие общества как тема в российских и мировых СМИ.: 1. Критерии и принципы освещения проблем образования в СМИ. Освещение проблем воспитания в российских СМИ. 2. Наука как объект освещения в СМИ. 3. Проблемы научного сообщества, освещаемые в СМИ. 4. Проблема освещения различных видов образовательных систем в российских СМИ.

null: null

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Производство аудиовизуальных СМИ»

Перечень планируемых результатов обучения:

Уметь: использовать результаты обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ); определять цели и задачи медиапроекта; оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски; анализировать предлагаемые авторами проекты, выявлять слабые и сильные стороны, соответствия проекта информационной политике СМИ; оценивать степень компетентности авторов, качества предоставленных материалов, их соответствия требованиям и формату данного СМИ, целесообразности их публикации; оценивать целесообразность включения материалов в выпуск или их размещения в последующих выпусках; принимать решение о включении проекта или его отклонении, о его доработке; проверять актуальность и достоверность информации, предоставленной авторами

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Раздел 1. СТРУКТУРА И МОДЕЛИ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ СМИ.	Тема 1. Положение СМИ на рынке, распределений долей : Положение СМИ на рынке, распределений долей; характерные черты различных видов СМИ: технологические, коммерческие; особенности контента различных видов СМИ; аудитория различных видов аудиовизуальных СМИ
Раздел 2. Работа со сценарием и источниками информации.	Тема 1. Работа со сценарием.: Подготовительный этап работы по производству аудиовизуальных СМИ; виды сценариев; методы работы со сценарием; сбор информации; Тема 2. Работа с источниками информации.: Поиск источников информации; Этические принципы сбора информации; Формирование базы источников информации; Работа с пресс-релизами; Работа со статистическими данными; Работа с интернет-источниками.
Раздел 3. Язык современных аудиовизуальных СМИ: текст и графика.	Тема 1. Текст в аудиовизуальных СМИ.: Языковые особенности различных аудиовизуальных СМИ; использование литературных средств выразительности в тексте; использование терминологии в тексте; работа со структурой текста; работа с сюжетом текста. Тема 2. Графика в аудиовизуальных СМИ.: Особенности восприятия аудиовизуальных СМИ; использование цифровых данных в тексте; использование инфографики; обработка статистической информации.
Раздел 4.	Тема 1. Основы программной вёрстки; принципы

<p>Позиционирование продукта аудиовизуального СМИ.</p>	<p>продвижения программного продукта на различных площадках; анонсирование и пост-освещение.: Основы программной вёрстки; принципы продвижения программного продукта на различных площадках; анонсирование и пост-освещение.</p>
<p>Раздел 5. Конвергентная журналистика.</p>	<p>Тема 1. Условия и закономерности работы мультимедийных СМИ; Особенности работы в мультимедийных редакциях; Обработка информации для телевизионного продукта мультимедийной редакции.: Условия и основные закономерности работы мультимедийных СМИ; Особенности работы в мультимедийных редакциях; Обработка информации для телевизионного продукта мультимедийной редакции.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Производство печатных СМИ»

Перечень планируемых результатов обучения:

Уметь: ? использовать результаты обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ).; определять цели и задачи медиапроекта; оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски; анализировать предлагаемые авторами проекты, выявлять слабые и сильные стороны, соответствия проекта информационной политике СМИ;; оценивать степень компетентности авторов, качества предоставленных материалов, их соответствия требованиям и формату данного СМИ, целесообразности их публикации; оценивать целесообразность включения материалов в выпуск или их размещения в последующих выпусках; принимать решение о включении проекта или его отклонении, о его доработке; ; проверять актуальность и достоверность информации, предоставленной авторами;

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Раздел 1. ПЕЧАТНЫЕ СМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ РОЛИ.	Тема 1. Положение печатных СМИ на рынке.: Характерные черты различных видов СМИ: технологические, коммерческие; особенности контента и аудитории различных печатных СМИ.
Раздел 2. РАБОТА С ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ТЕКСТА ДЛЯ ПЕЧАТНОГО ИЗДАНИЯ	Тема 1. Поиск источников информации.: Этические принципы сбора информации; Формирование базы источников информации; Работа с пресс-релизами; Работа со статистическими данными; Работа с интернет-источниками. Интервью как ключевой источник информации.
Раздел 3. ЯЗЫК СОВРЕМЕННЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ	Тема 1. Языковые особенности специализированных печатных СМИ.: Языковые особенности специализированных печатных СМИ; использование литературных средств выразительности в тексте; использование терминологии в тексте; работа со структурой текста. Заголовок, его позиции в печатном тексте. Лонгрид, его особенности и представление в печатных СМИ
Раздел 4. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНЫХ СРЕДСТВ В ПЕЧАТНЫХ СМИ	Тема 1. Особенности восприятия визуальной информации в печатных СМИ.: Визуализация информации в СМИ: использование цифровых данных в тексте; использование инфографики; обработка статистической информации.
Раздел 5. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПЕЧАТНЫХ	Тема 1. Модели изданий. Принципы и виды верстки. : Модели изданий. Принципы и виды

СМИ	верстки. Печать иллюстраций и фотографий. Технология редакционно-издательского процесса. Этические аспекты взаимодействия журналиста и редакции.
Раздел 6. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПЕЧАТНОГО СМИ. СОЗДАНИЕ БРЕНДА ИЗДАНИЯ И ЕГО ПРОДВИЖЕНИЕ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ	Тема 1. Принципы продвижения программного продукта на различных площадках; анонсирование и пост-освещение события : Основные принципы продвижения программного продукта на различных медиа площадках; специфика анонсирования и пост-освещения события
Раздел 7. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПЕЧАТНОГО СМИ. СОЗДАНИЕ БРЕНДА ИЗДАНИЯ И ЕГО ПРОДВИЖЕНИЕ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ	Тема 1. Условия и закономерности работы мультимедийных СМИ; Особенности работы в мультимедийных редакциях; новые формы предоставления контента; монетизация СМИ. : Условия и закономерности работы мультимедийных СМИ; Особенности работы в мультимедийных редакциях; новые формы предоставления контента; монетизация СМИ.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Психология и социология массовых коммуникаций»

Перечень планируемых результатов обучения:

Владеть: знаниями о механизмах и методах воздействия массовой коммуникации на личность и общество.; знаниями о психологии и социологии массовой коммуникации

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Раздел 1. Психология массовых коммуникаций.	<p>Тема 1: Психология массового сознания и массового общества в структуре феномена СМК: Психология масс. Теории массового поведения. Масса, публика, аудитория: Г. Тард. Массовая культура. Понятие «массового человека». Массовое поведение. Феномен слухов. Психология моды.</p> <p>Тема 2: Психология масс. Теории массового поведения. Масса, публика, аудитория: Г. Тард. Массовая культура. Понятие «массового человека». Массовое поведение. Феномен слухов. Психология моды.: Социально-психологические эффекты воздействия информации на аудиторию. Целевая аудитория, понятие и типология. Социально-психологический анализ ЦА. Суггестивное воздействие СМИ и «ловушки» экранного насилия. Условия и приемы изменения социальной установки. Теория неограниченного и ограниченного влияния СМК. Концепция П. Лазарсфельда: Повторное открытие первичной группы, «Лидеры мнений», «Личное влияние», Двухступенчатая модель коммуникации. Теория К. Ховланда и «массовое убеждение». Публичные арены и их «пропускная способность». Проблема цензуры.</p>
Раздел 2. Социология массовых коммуникаций.	<p>Тема 1: СМИ как социальный институт.: Специфические черты СМИ как социального института. Основные этапы становления института СМК. Понятие, социальные функции и модель массовых коммуникаций. Сравнение массовой коммуникации и межличностной. Новые медиа. Социальные сетевые медиакommunikации.</p> <p>Тема 2: Проблемы медиаглобализации.: Глобализация и международный информационный порядок. Масс-медиа и власть. Теория «Четвертой власти». Принцип «свободы слова» как основа функционирования СМИ. Модели функционирования СМИ: авторитарная теория, советская система массовой коммуникации, либертарианская теория, теория социальной ответственности, модель демократического представительства, модель развития. Постмодерн: коды и «симулякры» (Ж. Бодрийяр); распад метаповествований (Ж.-Ф. Лиотар). Реклама как медиакommunikация.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Редактирование современного медиатекста»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: задачи и методы современных медиатекстов, их жанровую, содержательную и структурно-композиционную специфику; знать методы и приемы редактирования журналистских текстов; лингвостилистические требования к информационным, аналитическим и художественно-публицистическим жанрам в СМИ; специфику этапов и принципов производства медиатекстов, и/или медиапродуктов и коммуникационных продуктов

Уметь: ? выбирать метод редактирования материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла, принимать решения о необходимости добавления в материал дополнительной информации (текста, иллюстраций); определять сильные и слабые стороны предоставленных авторами материалов, характер дополнительной информации; редактировать тексты для разных медийных платформ; творчески подходить к решению проблем в профессиональной деятельности

Владеть: навыками работы с фото-, видео-, аудиоинформацией; техникой редакторского анализа текста (структуры и содержания материалов, ошибок и недочетов, фактических данных)

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Раздел 1. Медиатекст как коммуникативная единица.	<p>Тема 1: Тексты СМИ в парадигме культуры.: Становление теории медиатекста. Постмодернистская ситуация в медиатексте. Многоаспектность изучения медиатекста. Функциональный аспект в изучении медиатекста: медиатекст как продукт речевой деятельности, как результат взаимодействия плана выражения и плана содержания. Прагматический аспект изучения медиатекста: коммуникативное намерение и коммуникативная установка текста. Медиатекст и его восприятие. Значение фоновых знаний в восприятии медиатекста.</p> <p>Тема 2: Информационная насыщенность медиатекста. Виды информации в медиатексте. Информативность и способы ее повышения : Понятие информационной насыщенности медиатекста и информативности медиатекста. Понятие напряженного и ненапряженного медиатекста. Напряженность лексическая и напряженность композиционно-синтаксическая. Снятие напряженности. Способы создания структурно напряженного текста: 1) образование скачков в тематических последовательностях; 2) использование информативно-компактных высказываний при сохранении содержания; 3) использование высказываний с вторичными предикатами; 4) применение разных видов синтаксической компрессии; 5) предпочтение имплицитным видам</p>

	<p>синтаксической связи и снижение роли эксплицитной связи; б) нулевое представление субъекта действия, состояния. Пути повышения информационных качеств медиатекста – интенсивный и экстенсивный.</p>
<p>Раздел 2. Процессы компрессии информации в медиатексте. Информационная и языковая компрессия.</p>	<p>Тема 1: 1. Информационная компрессия как сжатие плана означающего при сохранении плана означаемого.: Экстралингвистические мотивы, обеспечивающие компрессию информации. Семантические факторы компрессии информации и грамматические. Способы компрессии информации в медиатексте: Семиотические и коммуникативные.</p>
<p>Раздел 3. Стилиевые и стилистические характеристики медиа текста (выразительность, диалогичность, языковая игра и др.).</p>	<p>Тема 1: Основные стилевые и стилистические признаки медиатекста.: Логичность, связность, цельность, точность, ясность, понятность, доступность как информационно-структурные качества медиатекста. Основные достоинства изложения в медиатексте. Тональные и литературные качества медиатекста . Интертекстуальность медиа текста как его стилевая черта.</p>
<p>Раздел 4. Технологии воздействия медиатекста</p>	<p>Тема 1: Методы анализа медиа текстов. : Методы контекстуально-интерпретативного анализа медиа текстов. Группа методов лингвистического анализа медиатекстов: стилистический анализ, нарративный анализ, семиотический анализ, дискурсивный анализ, контекстуальный анализ медиатекстов (анализ близкого контекста медиатекста, анализ широкого социального контекста медиатекста.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Современная отечественная журналистика»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: опыт отечественных и зарубежных СМИ различного формата и тематики, особенности современных отечественных и зарубежных медиасистем, их структуры, специфику российских и зарубежных национальных моделей СМИ, предпосылки, определяющие интеграцию и дифференциацию данных моделей СМИ, основные концепции, современные принципы и методы медиапроектирования

Уметь: использовать опыт современных СМИ в собственной профессиональной деятельности; осуществлять профессиональную деятельность в конкретном СМИ, базируясь на понимании места этого СМИ в современной медиасистеме, его национальной и региональной специфики; определять цели и задачи медиапроекта; оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски; анализировать предлагаемые авторами проекты, выявлять слабые и сильные стороны, соответствия проекта информационной политике СМИ; ; принимать решение о включении проекта или его отклонении, о его доработке; использовать результаты обработки данных, полученных от аудитории, в ; творчески подходить к решению проблем в научной и профессиональной деятельности

Владеть: навыками создания медиапроекта

Объем дисциплины в зачетных единицах: 5

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
История и развитие современной отечественной журналистики в 1990-е годы.	<p>Особенности развития современной отечественной журналистики в 1990-е годы: Изменения в социально-политической, общественной и экономической жизни страны в конце 1980-90-х годах. Влияние на развитие журналистики перестройки к 1980- годов. Роль СМИ как проводника новой политики, официальной точки зрения, понятий гласности и плюрализма. Выход отдельных изданий и телепередач из-под контроля власти. СМИ как катализаторы углубления и расширения перемен в стране. Статистика. Типология прессы. СМИ и выборы 1990-х. Развитие радио- и телевидения, возникновение коммерческих и независимых радиостанций и телеканалов ("Эхо Москвы" "М-Радио – новая волна"; "Радио России "Ностальжи""; телеканал "2*2" и др.). История возникновения и развития русской версии Интернета в России. Падение авторитета и популярности печатных СМИ в современных условиях при возрастании роли телевидения и Интернета. Известные журналисты 1990-х.</p> <p>Проблематика СМИ в 1990-е годы: печать, телевидение: 1. Важнейшие события 1990-х гг. в отечественных СМИ (реформирование экономики и экономические кризисы; война в Чечне и террористические акты; политическая борьба и коррупционные скандалы). 2. Влияние СМИ на результаты</p>

	<p>государственных выборов. 3. Газеты «Московские новости», «Независимая социал-демократическая газета», «Новая жизнь», «Экспресс-хроники», журнал «Огонек». 1. Важнейшие события 1990-х в телепередачах. 2. Система телеканалов: формирование и типология центральные (ОРТ, РТР, ТВЦ, НТВ, "Культура", "Спорт") и дециметровые (Рен-ТВ, СТС, ТНТ и др.).</p>
<p>Развитие современной отечественной журналистики в 2000-е годы.</p>	<p>Особенности развития журналистики на этапе 2000-х годов: Основные исторические события 2000-х. Развитие СМИ в условиях развития частных СМИ. Развитие новейших информационных технологий: видео, кабельного и спутникового телевидения, компьютерных баз данных, мультимедиа, Интернета и сетевых СМИ. Российские национальные модели СМИ. Современные медиасистемы: структура, специфика, разновидности.</p> <p>Типология СМИ в 2000-х, важнейшие события 2000-х в освещении СМИ: Современная система печатных СМИ. Современная система телевидения (национальные, региональные, патриотические, религиозные, культурные, детские, развлекательные каналы). Современные интернет-издания. Освещение общенациональных внутривнутриполитических событий. Освещение внешнеполитических событий (революционные события на Украине и Ближнем Востоке, террористические акты). Освещение природных и техногенных катастроф. Культурные и спортивные события.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Современные медиасистемы»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ; особенности современных отечественных и зарубежных медиасистем, их структуры и функций

Уметь: моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы.; прогнозировать потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и/или продукты

Владеть: навыками интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных сегментов. ; навыками поиска необходимой информации в различных медиасистемах с целью решения стандартных коммуникативных задач

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Основные характеристики медиасистем: элементы, компоненты, свойства	Основные характеристики медиасистем: элементы, компоненты, свойства: Системный подход к изучению средств массовой информации. Признаки медиасистемы: компоненты числом более 2-х, их взаимодействие, системное качество. Средства массовой информации как элемент инфраструктуры. Компоненты медиасистемы. Формы их взаимодействия. Основные свойства медиасистемы (статические, динамические, синтетические). Статические свойства: целостность, открытость, внутренняя неоднородность, структурированность. Динамические свойства: функциональность, стимулируемость, изменчивость во времени, существование в меняющейся среде. Синтетические свойства: эмерджентность, интегративность, целесообразность.
Эволюция медиасистем	Эволюция медиасистем: Формирование медиарынка России. Западный опыт. Этапы концентрации СМИ. Новые формы работы медиаорганизаций. Выпуск специальных приложений. Организация Издательских домов. Создание Информационно-издательских компаний. Медиахолдинги. Информационно-промышленные концерны. Транснациональные корпорации. Глобальные трансформации СМИ: новые медиа, информальные медиа, конвергенция СМИ: Актуальные проблемы, стоящие перед мировой цивилизацией в современный период. Роль журналистики в их освещении и решении. Основные современные проблемы в развитии России (в области государственного строительства, экономики, формировании гражданского общества, социальной и

	<p>культурной сферах, области национальных отношений и т.п.). Функции журналистики по отношению к различным сферам социальных отношений. Предпосылки и причины глобальных трансформаций СМИ. Новые медиа. Новые способы передачи информации, новые виды контента и его трансляции. Социальная, экономическая и технологическая обусловленность появления новых медиа. Аудитория и журналистика. Смена вещательной модели на партнерскую. Децентрализация СМИ. Информальное поведение аудитории, информальные медиа. Отличия информальных СМИ от традиционных. Блоггерство. Язык блогосферы. Конвергенция СМИ. Взаимосвязь журналистики и современных футурологических концепции. Возможные сценарии развития.</p>
<p>Личность в современной медиасистеме</p>	<p>Личность в современной медиасистеме: Психологические особенности современного медиатизированного человека. Проблемы информационного шума. Многозадачность. Способ восприятия медиатекстов. Клиповое сознание. Визуализация. Журналист в новой социально-психологической среде. Отношение общества к представителям СМИ. Претензии и ожидания. Саморефлексия журналиста. Творец или ремесленник? Аудитория: коллективное и индивидуальное сознание. Субъектность и неоднородность аудитории. Интерактивное и информальное поведение. Психология сети.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Современные теории массовой коммуникации»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности; современные теории массовой коммуникации

Уметь: оценивать корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Подходы к определению теорий массовой коммуникации в современной науке. Эмпирические подходы к массовой коммуникации	<p>Подходы к определению теорий массовой коммуникации в современной науке. Эмпирические подходы к массовой коммуникации: Массовая коммуникация: понятие, механизм. Направления и этапы исследования теорий массовой коммуникации. Основные эмпирические модели массовой коммуникации.</p>
Культурософские подходы к массовой коммуникации	<p>Направления культурософских исследований массовой коммуникации: Характеристика и содержание культурократических, культурно-эстетических, культурно-прагматических направлений исследования массовой коммуникации.</p> <p>Постмодернистская концепция массовой коммуникации: Характеристика и содержание постмодернистской концепции массовой коммуникации.</p>
Лингвокультурологические подходы к массовой коммуникации	<p>Подходы к массовой коммуникации в исследованиях лингвокультурологов: Теория речевых актов. Критический дискурс-анализ. Культурный концепт медийных текстов.</p>
Теории информационного общества в свете исследований массовой коммуникации	<p>Теории информационного общества. Национальные и глобальные процессы в современном обществе: Информационное общество. Теории информационного общества. Теории средства. Современные исследования в оценке информационного общества. Национальные и глобальные процессы в современном обществе.</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Философские основы науки и журналистики»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: основной понятийный аппарат по философской проблематике, своеобразие мировоззренческих основ различных философских учений и их значимость в постижении реального мира;; основные категории философии, этики; основные тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса; основные этапы развития отечественного и мирового культурного процесса; основы философии, основные направления, проблемы, теории и методы философии, содержание современных философских дискуссий по проблемам общественного развития. ; причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов

Уметь: выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов; демонстрировать эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах; применять основы философских знаний для формирования научного мировоззрения; соблюдать принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиатекстах и/или продуктах при освещении деятельности общественных и

Владеть: навыками интерпретации философских текстов и анализа исторических фактов, имеет опыт понимания иной культуры; представлениями о спектре функций СМИ как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации

Объем дисциплины в зачетных единицах: 4

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Феноменология науки и журналистики	<p>Наука и научное знание.: Место науки в целостной системе знаний. Отличие науки от других форм познания окружающего мира (религии, искусства, философии). Специфика научного познания. Система наук: точные, естественный, гуманитарные. Системность научного знания, его концептуальность. Связь знания с практикой. Две стратегии порождения знаний: обобщение практического опыта и конструирование теоретических моделей. Наука как объективное и предметное знание. Проверимость научного знания. Принцип достоверности знания. Генезис процедур доказательства. Основные этапы развития науки. Обзор основных этапов становления и развития науки как особой познавательной деятельности человека. Переосмысление роли науки в обществе и прогрессе на разных этапах ее существования.</p> <p>Философия науки: содержание и история явления.: Предмет и основные цели философии науки. Краткая история развития философии науки. Мифологические и научные начала науки. Зарождение науки. Основные этапы становления явления. Классическая наука. Неклассический период развития науки. Постнеклассический период развития науки. Основные теории и</p>

	<p>глобальные исследовательские программы развития науки.</p> <p>Функции научного познания.: Функция описания в науке. Проблема эквивалентных описаний. Функция понимания в науке. Прогностические функции науки. Понятие научного предвидения.</p> <p>Гипотеза и ее место в структуре научного знания.: Гипотеза как вероятностное (недостовверное) знание. Требования, предъявляемые к научным гипотезам. Индуктивный путь построения гипотез. Математическая гипотеза. Методологические и эвристические принципы построения гипотез. Обоснование гипотезы и превращение ее в теоретическую модель объекта. Методы проверки и подтверждения гипотез.</p> <p>Научная теория как высшая форма организации научного знания.: Цель, структура и функции теории. Закон как ключевой элемент научной теории. Проблема типологизации научных теорий по различным основаниям. Теории феноменологические и объяснительные, связь между ними. Роль идеализаций в науке. Проблема построения идеализированного объекта. Способы введения абстрактных объектов и этапы конструирования теории. Основные методы построения теорий: аксиоматический, гипотетико-дедуктивный, метод восхождения от абстрактного к конкретному. Критерии истинности и проблема выбора теории.</p> <p>Научное и философское определение информации, ее виды и свойства.: Понятие об информации. Информационное общество как этап развития современных общественных отношений. Роль журналистики в формировании и поддержании функционирования информационной модели общества. Роль знаний и их трансляции в средствах СМИ в современном мире.</p>
<p>Научная журналистика</p>	<p>Журналистика как универсальная информационно-творческая система.: Журналистика как универсальная информационно-креативная система. Свойства этой системы. Роль журналистики в условиях информационной модели общества.</p> <p>Роль журналистики в развитии цивилизации.: Журналистика как универсальная информационно-креативная система. Специфика журналистской профессии в условиях развития современного общества. Современные научные концепции (синергетика, кибернетика, гелиобиология и др.) и их эвристическое значение для понимания природы журналистики. Экология и судьбы человечества. Экологическая безопасность. Устойчивое развитие. Роль журналистики в освещении проблем экологии.</p> <p>Истина в науке сквозь призму журналистики.: Проблемы истины в науке и журналистике и вопросы обоснования научного знания. Религия и наука, их отражение в журналистике. Естественные и гуманитарные науки: объяснение и понимание. Проблема роста научного знания и способы его описания журналистом. Методология исследовательских программ в науке по аналогии с журналистскими</p>

исследователями: сходства и различия. Проблема несоизмеримых понятий в науке и журналистике. Могут ли наука и журналистика претендовать на получение окончательной истины? Способы обоснования естественнонаучного знания. Способы обоснования в математике. В каком смысле можно говорить об автономии научного, религиозного и журналистского знания, их зависимости или противостоянии?

Роль науки и журналистики в информационной модели общества.:

Наука с точки зрения изменений с момента возникновения: история науки в отражении журналистики. Генезис науки и журналистики и их развитие в конкретно-историческом контексте; особенности изучения и трансляции научного знания в разных культурных ареалах в разные исторические эпохи; способы накопления научного знания, взаимосвязь с изменением его социального статуса. Наука как сложный социальный институт: социология науки и наукометрия. Организационные и социальные параметры науки; способы оценки научной деятельности; возможности управления наукой; оценка научной продукции в эпоху информационного взрыва, проблема достоверного журналистского взгляда на научные исследования.

Научная журналистика и популяризация науки.:

Роль журналистики в популяризации науки. История популяризации науки. Роль СМИ в достижении науки и техники. Научная журналистика в тематической структуре журналистики. Предмет, аудитория, задачи, принципы, формы, жанры научной популяризации. Виды произведений о науке (научно-популярные, научно-справочные, научно-публицистические, научно-художественные). Информационная, мировоззренческая и практическая функции научной популяризации. Ее основные принципы: научная глубина, осмысление материала, доступность и занимательность изложения. Особенности научно-популярного стиля. Специфика материалов на научные темы в различных средствах массовой информации. Источники информации для журналиста, занимающегося популяризацией науки.

Научная журналистика в России и за рубежом.:

Дискуссии специалистов по важнейшим вопросам жизнедеятельности современного общества, необходимость понимания сути противоречий и адекватного отражения дискуссионных моментов в СМИ. Социальные последствия научной неподготовленности журналиста: формирование неадекватного общественного мнения как по фундаментальным, так и по частным проблемам, последствия рекламы «новинок» медицинских и других прикладных исследований, создание научных мифов и их влияние на массовое сознание.

Научная публицистика.:

Темы научной публицистики. Основная структура научно-публицистических текстов. Роль научной публицистики в обсуждении острых проблем современного осмысления места науки и научных открытий в жизни общества и в

	<p>развитии цивилизации. Ответственность журналиста, его роль в формировании диалогических отношений между научным сообществом и гражданским обществом.</p>
--	---

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«**Форматы и жанры авторского медиаконтента**»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: задачи и методы, технологию и технику создания современных медиатекстов, их жанровую, содержательную и структурно-композиционную специфику, стилистические особенности.

Уметь: выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события; определять приоритетные для публикаций темы; осуществлять сбор необходимой информации для подготовки материала; применять данные знания при создании медиатекстов; редактировать материал в соответствии с требованиями СМИ, работать над контекстом, орфографией и стилем текста.

Владеть: навыками работы с фото- и видеоинформацией, в теле- или радиоэфире; навыками создания медиатекста, в том числе повышенной сложности (медиакит, статья, комбинированные PR-жанры);

Объем дисциплины в зачетных единицах: 2

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Жанры авторского медиаконтента	Авторская журналистика в современном медиапространстве. Оппозиция авторской и индустриальной журналистики. Жанры авторского медиаконтента: Колонка. Рецензия. Фельетон. Авторская телепрограмма. Тенденция к метажанровости.: Специфика авторской журналистики
Составляющие авторского медиаконтента	Составляющие авторского медиаконтента: Средства проявления авторской индивидуальности. Языковая личность. Когнитивные и ценностные доминанты авторского медиатекста. Способы представления политического дискурса в авторской журналистике. Средства создания комического. Лингвопрагматические особенности авторских медиатекстов. Установка на "со-творчество".

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Язык и стиль СМИ»

Перечень планируемых результатов обучения:

Знать: лингвостилистические требования к информационным, аналитическим и художественно-публицистическим жанрам в СМИ; профессиональные стандарты в своей деятельности; структурно-композиционную специфику современных медиатекстов

Уметь: выбирать оптимальные модели и технологии журналистской деятельности; создавать материалы на различные темы, демонстрируя глубину понимания проблемы

Владеть: нормами русского языка и уметь применять их в устной и письменной речи;

Объем дисциплины в зачетных единицах: 3

Краткая аннотация содержания дисциплины:

Название разделов	Темы разделов
Общие особенности и функции языка и стиля СМИ.	<p>Тема 1: Язык СМИ: становление и содержание понятия. Функции языка СМИ. Общие особенности языка СМИ.: Понятие о массовой коммуникации как процессе распространения информации на численно большие, рассредоточенные аудитории. Роль языка как «универсальной основы коммуникации» (Б.В.Кривенко). Язык СМИ: становление и содержание понятия. Функции языка СМИ. Общие особенности языка СМИ: точность словоупотребления, логичность, доступность, правильность, оценочность. Понятие информационной нормы. Языковые средства компрессии информации.</p> <p>Тема 2: Медиа текст: основные признаки.: Текст и его основные признаки. Смысловая структура текста. Логические схемы газетных текстов: описательная, событийная, обобщающего типа. Семантические отношения между предложениями как проявление целостности текста. Проспекция и ретроспекция. Связность текста. Типы связей между предложениями. Номинационная цепочка как показатель целостности и связности текста. Завершенность. Образ мира и образ публициста как две составляющие текста. Способы и средства выражения авторской модальности. Понятие «сильная позиция» текста. Заголовочный комплекс, его составляющие. Заголовок и его типы. Основные функции заголовка, связь с различными семантическими составляющими текста.</p>
Язык и стиль традиционных СМИ.	<p>Тема 1: Особенности языка и стиля жанров печатных СМИ.: Лингвостилистические особенности информационных медиа текстов. Язык и стиль аналитики. Художественно-публицистические жанры: способы и средства создания образности.</p> <p>Тема 2. Особенности языка и стиля СМИ: газета, радио, телевидение.: Понятие «язык газеты». Стилистическая «антигомогенность» языка газеты. Сочетание экспрессии и стандарта, образного и логического – важнейший признак языковой</p>

	<p>характеристики газеты, «конструктивный принцип» языка газеты (Костомаров В.Г.). Три уровня /типа/ чередования стандарта и экспрессии. Газетная экспрессия и ее источники. Стандарт /клише/ и штамп. Принцип социальной оценочности языковых средств. Виды оценочной лексики. Публичность (общедоступность) газетного текста. Лексика газеты. Коммуникативные неудачи в газетном тексте. Акустичность, дистантность речевого акта, прямая обращенность к слушателю. Монолог и диалог в радиожурналистике. Информативная точность, структурная ясность, эмоциональная окрашенность и лиричность как главные требования к языку радио. Эвфония и какофония. Триада: изображение – звук – речь. Проблема соотношения слова и изображения. Языковые особенности текстовых и бестекстовых телепередач. «Монологические диалоги».</p>
<p>Интернет-СМИ: специфика языка и стиля "новых" медиа.</p>	<p>Тема 1: Лингвостилистические особенности Интернет-СМИ.: Специфика медиатекста в Интернет-СМИ как поликодового текста.</p>