

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ

Ректор КемГУ

А.Ю.Просеков

8 апреля 2020 г.

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки

42.04.02 Журналистика

Направленность программы

«Профессионально-творческая деятельность редактора СМИ»

Уровень профессионального образования
Высшее образование – *магистратура*

Квалификация

магистр

Форма обучения

очная

Кемерово 2020

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УР

Р. М. Котов

8 апреля 2020 г.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА
ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки

42.04.02 Журналистика

Направленность программы

«Профессионально-творческая деятельность редактора СМИ»

Уровень профессионального образования
Высшее образование – *магистратура*

Квалификация

магистр

Форма обучения

очная

Кемерово 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ...	5
Миссия.....	5
Язык образования	5
Перечень сокращений, используемых в тексте	5
1.1 Назначение основной образовательной программы	5
1.2 Нормативные документы для разработки образовательной программы.....	6
Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	7
2.1. Направленность образовательной программы	7
2.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы:.....	7
2.3. Формы обучения:.....	7
2.4 Срок получения высшего образования по образовательной программе	7
2.5. Объем образовательной программы:.....	7
Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ.....	8
3.1 Общее описание профессиональной деятельности выпускников	8
3.1.1. Область профессиональной деятельности	8
3.1.2. Типы задач профессиональной деятельности выпускников (по прежней версии был вид профессиональной деятельности)	8
3.1.3. Объекты профессиональной деятельности или область (области) знания (из профессиональных стандартов или примерной образовательной программы)	8
3.2. Перечень профессиональных стандартов (при наличии), соотнесенных с ФГОС ВО по направлению подготовки. Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ высшего образования по направлению подготовки (специальности).....	8
3.2.1 Перечень профессиональных стандартов (при наличии), соотнесенных с ФГОС ВО по направлению подготовки.	8
3.2.2. Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ высшего образования по направлению подготовки (специальности).....	9
3.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам)9	
Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	9
4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части	9
4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	9
4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	12
4.1.3. Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.....	14
4.1.4. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения, рекомендуемые ФУМО (при наличии) и установленные КемГУ самостоятельно	14
4.2. Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине (модулю) и практике – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы	17
<i>(порядок и перечень модулей, дисциплин берём из учебных планов)</i> Ошибка! Закладка не определена.	
Раздел 5. УЧЕБНЫЙ ПЛАН.....	80

Раздел 6. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК	80
Раздел 7. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН И ПРОГРАММЫ ПРАКТИК	80
Раздел 8. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ	80
Раздел 9. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ	81
Раздел 10. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	81
10.1. Кадровое обеспечение образовательной программы.....	81
10.2. Материально-техническое обеспечение образовательной программы.....	82
10.3. Учебно-методическое обеспечение образовательной программы	82
10.4. Условия для обеспечения образовательного процесса лиц с ОВЗ	82
Раздел 11. ТРЕБОВАНИЯ К ПРИМЕНЯЕМЫМ МЕХАНИЗМАМ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОГРАММЕ.....	82
Раздел 12. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ	83
12.1. Перечень методов, средств обучения и образовательных технологий (с краткой характеристикой):.....	83
Раздел 13. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ И ЭКСПЕРТОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	83
Ответственный за разработку ОП:.....	83
Внешний эксперт:.....	84
Информация о макете ОП (<i>при написании ОП данный пункт исключается</i>).....	Ошибка!
Закладка не определена.	
Приложение к п. 3.2.2 Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы высшего образования.....	85

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Миссия

Кемеровский государственный университет – опорный вуз Кемеровской области – на основе эффективного сочетания современного образования, исследований и инноваций, соответствующих вызовам XXI века, готовит кадры, способные инициировать и реализовывать новые виды экономической деятельности, способы организации производства, бизнесы и формы занятости на территории региона и обеспечить тем самым диверсификацию экономики Кузбасса, его интеграцию в глобальные (несырьевые) производственные цепочки, решение экологических и социально-экономических проблем региона в интересах долговременного опережающего и устойчивого развития.

Язык образования

Образовательная деятельность по образовательной программе магистратуры осуществляется на государственном языке Российской Федерации – русском языке (ст. 14 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации»; ст. 68 Конституции Российской Федерации).

Перечень сокращений, используемых в тексте

ВО – высшее образование;

КемГУ – Кемеровский государственный университет;

Минобрнауки России – Министерство науки и высшего образования Российской Федерации;

ОП – образовательная программа;

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

ОТФ – обобщенная трудовая функция;

ПК – профессиональные компетенции;

ПК УВ – профессиональные компетенции, установленные вузом;

ПКО – профессиональные компетенции обязательные;

ПКР – профессиональные компетенции рекомендуемые;

ПООП – примерная основная образовательная программа;

ПС – профессиональный стандарт;

ТД – трудовое действие;

ТФ – трудовая функция;

УГСН – укрупненная группа направлений и специальностей;

УК – универсальные компетенции;

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;

ФЗ – Федеральный закон;

ФУМО – Федеральное учебно-методическое объединение.

1.1 Назначение основной образовательной программы

Образовательная программа – комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий и в случаях, предусмотренных настоящим Федеральным законом, форм

аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), иных компонентов, а также оценочных и методических материалов (ст. 2 Федерального закона "Об образовании в Российской Федерации").

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – образовательная программа) по направлению подготовки / специальности 42.04.02 Журналистика, реализуемая в Кемеровском государственном университете, устанавливает требования к результатам освоения основных профессиональных образовательных программ в части индикаторов достижения универсальных и общепрофессиональных компетенций выпускника, а также обязательных профессиональных компетенций и индикаторов их достижения.

Образовательная программа включает в себя следующие компоненты:

- характеристика профессиональной деятельности выпускников;
- требования к результатам освоения образовательной программы;
- учебный план (для очной, очно-заочной, заочной форм обучения) –

Приложение А;

- календарный учебный график – Приложение Б;

- рабочие программы дисциплин – Приложение С-1;

- программы практик – Приложение С-3;

- фонды оценочных средств по дисциплинам – Приложение Д-1;

- фонды оценочных средств практик – Приложение Д-2;

– фонд оценочных средств государственной итоговой аттестации – Приложение Д-3;

- методические материалы – Приложение Е.

Каждый компонент ОП разработан в форме единого документа или комплекта документов в соответствии с Порядком разработки, обновления и утверждения основных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, программ магистратуры, программ специалитета (КемГУ).

1.2 Нормативные документы для разработки образовательной программы

- Конституция Российской Федерации;

– Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Приказ Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

– Приказ Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636 «Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;

– Приказ Минобрнауки России от 27 ноября 2015 г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки / по специальности 42.04.02 Журналистика, утвержденный приказом Минобрнауки России от «08» июня 2017 г. № 529 ;

Приказ Минтруда России от 04.08.2014 № 538 н «Об утверждении профессионального стандарта «Редактор средств массовой информации»;

Примерная основная образовательная программа по направлению подготовки / специальности 42.04.02 Журналистика, утвержденная на заседании ФУМО в сфере ВО по УГСН _____ « ____ » _____ 201__ г.

Нормативно-методические документы Минобрнауки России;

Устав Кемеровского государственного университета;

Локальные документы КемГУ, регулирующие образовательную деятельность;

Программа развития Кемеровского государственного университета на период 2017 – 2021 гг.

Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1. Направленность образовательной программы

– «Профессионально-творческая деятельность редактора СМИ».

2.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы:

Лицам, успешно прошедшим итоговую (государственную итоговую) аттестацию, выдаются в установленном порядке документы об образовании и о квалификации.

Квалификация, присваиваемая выпускникам *направления подготовки / специальности) магистратуры*

– магистр.

2.3. Формы обучения:

Обучение по программе *магистратуры* осуществляется в следующих формах

– очная,

2.4 Срок получения высшего образования по образовательной программе

магистратуры составляет:

– в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, – 2 года;

2.5. Объем образовательной программы:

магистратуры (*вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы с использованием сетевой формы, реализации программы по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренного обучения*)

составляет 120 зачетных единиц (з.е.)

Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

3.1 Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Деятельность выпускников направлена на решение проблем, требующих применения таких сфер деятельности, как авторская и редакторская.

3.1.1. Область профессиональной деятельности

– решение задач, связанных с функционированием средств массовой информации (газет, журналов, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ), других медиа, смежных информационно-коммуникационных организаций (издательств, пресс-служб, рекламных агентств и агентств по связям с общественностью), а также научных и образовательных организаций данного профиля.

3.1.2. Типы задач профессиональной деятельности выпускников

- Авторский
- Редакторский

3.1.3. Объекты профессиональной деятельности или область (области)

знания освоившего программу магистратуры, являются массовая информация, передаваемая СМИ и другими медиа, адресованная различным аудиторным группам, а также научная информация, связанная с анализом функционирования СМИ и других средств массовой коммуникации

3.2. Перечень профессиональных стандартов (при наличии), соотнесенных с ФГОС ВО по направлению подготовки. Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ высшего образования по направлению подготовки (специальности)

3.2.1 Перечень профессиональных стандартов (при наличии), соотнесенных с ФГОС ВО по направлению подготовки.

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование профессионального стандарта
11. Средства массовой информации, издательство и полиграфия		

	11.006	Профессиональный стандарт «Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации от 28.08.2014 № 33899).
--	--------	--

3.2.2. Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ высшего образования по направлению подготовки (специальности)

Представлен в таблице (приложение 1)

3.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам)

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знаний)
11. Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)	авторский	Осуществление авторской деятельности любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа	Журналистский текст и (или) продукт, передаваемый по различным каналам и адресованный разным аудиторным группам
11. Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)	редакторский	Осуществление редакторской деятельности любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координация редакционного процесса	Журналистский текст и (или) продукт, передаваемый по различным каналам и адресованный разным аудиторным группам

Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части

4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория универсальных	Код и наименование универсальной	Код и наименование индикатора достижения
-------------------------	----------------------------------	--

компетенций	компетенции	универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие. Осуществляет декомпозицию задачи. УК-1.2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. УК-1.3. Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки. УК-1.4. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности. УК-1.5. Определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи.
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Уверенно демонстрирует знания организационных и технологических методов разработки, управления и реализации медиа проектом; принципов и инструментов, используемых в проектной работе на всех этапах его цикла; методов, критериев и параметров презентации, описания и оценки результатов/продуктов проектной деятельности. УК-2.2. Самостоятельно разрабатывает техническое задание проекта, его план-график; составляет, проверяет и анализирует проектную документацию; представляет результаты проекта в виде отчетов, статей, докладов на конференциях; организует и координирует работу участников проекта.
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК.3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде. УК.3.2. Планирует последовательность шагов для достижения заданного результата. УК.3.3. Осуществляет обмен информацией с другими членами команды, осуществляет презентацию результатов работы команды. УК.3.4. Осуществляет выбор стратегий и тактик взаимодействия с заданной категорией людей.
Коммуникация	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых)	УК.4.1. Грамотно и ясно строит диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на иностранном языке. УК.4.2. Демонстрирует умение

	<p>языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>осуществлять деловую переписку на иностранном языке с учетом социокультурных особенностей. УК.4.3. Демонстрирует способность находить, воспринимать и использовать информацию на иностранном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач. УК.4.4. Создает на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) грамотные и непротиворечивые письменные тексты реферативного характера. УК.4.5. Демонстрирует умение осуществлять деловую переписку на русском языке, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем УК.4.6. Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач с применением ИКТ-технологий.</p>
<p>Межкультурное взаимодействие</p>	<p>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК.5.1. Демонстрирует умение находить и использовать необходимую для взаимодействия с другими членами общества информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных и национальных групп. УК.5.2. Соблюдает требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов развития России в социально-историческом, этическом и философском контекстах. УК.5.3. Умеет выстраивать взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей.</p>
<p>Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)</p>	<p>УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>УК.6.1. Определяет свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленной цели. УК.6.2. Создает и достраивает индивидуальную траекторию саморазвития при получении основного и дополнительного образования. УК.6.3. Владеет умением рационального распределения временных и информационных ресурсов. УК.6.4. Умеет обобщать и транслировать свои индивидуальные достижения на пути</p>

		реализации задач саморазвития.
--	--	--------------------------------

4.1.2. *Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения*

Категория общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и/или медиапродуктов и коммуникационных продуктов. ОПК 1.2. Управляет процессом подготовки журналистских текстов и/или продуктов, востребованных обществом и индустрией, с учетом изменений норм русского и иностранного языков, а также с учетом особенностей других знаковых систем.
Общество и государство	ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2. Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиатекстах и/или продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.
Культура	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. ОПК-3.2. Демонстрирует эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах.
Аудитория	ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или)	ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных сегментов. ОПК-4.2. Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и/или

	коммуникационные продукты	продукты.
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ОПК-5.2. Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы.
Технологии	ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2. Адаптирует возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств к профессиональной деятельности журналиста.
Эффекты	ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности. ОПК-7.2. Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста.

4.1.3. Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект или область знания <i>(при необходимости)</i>	Категория профессиональных компетенций <i>(при необходимости)</i>	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта ¹)
Тип задач профессиональной деятельности: _____					
			ПК-1		
			ПК-2		

4.1.4. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения, рекомендуемые ФУМО (при наличии) и установленные КемГУ самостоятельно

Задача ПД	Объект или область знания <i>(при необходимости)</i>	Категория профессиональных компетенций ² <i>(при необходимости)</i>	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции ³	Основание (ПС, анализ опыта ⁴)
Рекомендуемые профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения					
Тип задач профессиональной деятельности: авторский					
Осуществление авторской деятельности любого	Журналистский текст и (или) продукт, передаваемый по		ПКУВ-1 Способен разрабатывать концепцию	ПКУВ-1.1. Анализирует проект, предлагаемый автором; выявляет его слабые и сильные стороны, определяет соответствие проекта информационной	11.004 Ведущий телевизионной программы 11.013 Графический

¹ Под анализом опыта понимается анализ отечественного и зарубежного опыта, международных норм и стандартов, форсайт-сессии, фокус-группы и пр.

² На усмотрение ФУМО

³ Если ФУМО не формулирует индикаторы достижения ПК, то приводится фраза «Индикаторы достижения рекомендуемых профессиональных компетенций организация, осуществляющая образовательную деятельность, устанавливает самостоятельно».

⁴ Под анализом опыта понимается анализ отечественного и зарубежного опыта, международных норм и стандартов, форсайт-сессии, фокус-группы и пр.

характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа	различным каналам и адресованный разным аудиторным группам		авторского проекта	политике СМИ или другого медиа. ПКУВ-1.2. Принимает решения о включении проекта или его отклонении после согласования с главным редактором. ПКУВ-1.3. Изучает отечественный и зарубежный опыт реализации аналогичных (сходных) медиапроектов. ПКУВ-1.4. Детализирует авторскую концепцию, разрабатывает поправки и рекомендации к ней. ПКУВ-1.5. Разрабатывает оригинальные творческие решения.	дизайнер
Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения, установленные КемГУ самостоятельно					
Тип задач профессиональной деятельности: <u>редакторский</u>					
Осуществление редакторской деятельности любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координация редакционного процесса	Журналистский текст и (или) продукт, передаваемый по различным каналам и адресованный разным аудиторным группам		ПКУВ-2 Способен планировать и координировать деятельность структурных подразделений редакции СМИ	ПКУВ-2.1. Планирует и проводит совещания. ПКУВ-2.2. Планирует деятельность подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период. ПКУВ-2.3. Координирует действия работников. ПКУВ-2.4. Принимает оперативные решения при угрозе нарушения плана.	11.004 Ведущий телевизионной программы 06.008 Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств 11.006 Редактор средств массовой информации 11.005 Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой

					информации 11.008 Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации 11.013 Графический дизайнер
Осуществление редакторской деятельности любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координация редакционного процесса	Журналистский текст и (или) продукт, передаваемый по различным каналам и адресованный разным аудиторным группам		ПКУВ-3 Способен анализировать результаты деятельности подразделений редакции СМИ	ПКУВ-3.1. Проводит совещания по вопросам оптимизации деятельности подразделения. ПКУВ-3.2. Готовит предложения главному редактору (руководителю) по реализации кадровой политики в подразделении. ПКУВ-3.3. Уведомляет руководителя о необходимости применения дисциплинарных взысканий в отношении конкретных сотрудников, нарушающих устав организации и другие внутренние нормативные акты. ПКУВ-3.4. Анализирует эффективность работы отдела; выявляет ошибки, способствует развитию конструктивных идей.	11.004 Ведущий телевизионной программы 06.008 Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств 11.006 Редактор средств массовой информации 11.005 Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации 11.008 Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации 11.013 Графический дизайнер
Осуществление редакторской	Журналистский текст и (или)		ПКУВ-4 Способен	ПКУВ-4.1. Организует обратную связь с аудиторией (прием редакционной почты,	11.004 Ведущий

<p>деятельности любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координация редакционного процесса</p>	<p>продукт, передаваемый по различным каналам и адресованный разным аудиторным группам</p>		<p>устанавливать и поддерживать контакты редакции СМИ с внешней средой</p>	<p>ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях). ПКУВ-4.2. Использует результаты обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ). ПКУВ-4.3. Готовит договоры с внештатными сотрудниками и авторами.</p>	<p>телевизионной программы 06.008 Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств 11.006 Редактор средств массовой информации 11.005 Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации 11.008 Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации 11.013 Графический дизайнер</p>
--	--	--	--	---	---

4.2. Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине (модулю) и практике – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
Обязательная часть			
Дисциплины (модули)			
Философские основы науки и журналистики			
<p>УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК.5.1. Демонстрирует умение находить и использовать необходимую для взаимодействия с другими членами общества информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных и национальных групп.</p> <p>УК.5.2. Соблюдает требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов развития России в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p> <p>УК.5.3. Умеет выстраивать взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы философии, основные направления, проблемы, теории и методы философии, содержание современных философских дискуссий по проблемам общественного развития. – основной понятийный аппарат по философской проблематике, своеобразие мировоззренческих основ различных философских учений и их значимость в постижении реального мира; – основные категории философии, этики; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять основы философских знаний для формирования научного мировоззрения <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками интерпретации философских текстов и анализа исторических фактов, имеет опыт понимания иной культуры 	<p>Место науки и журналистики в информационной системе современного мира. Отличие науки от других форм познания окружающего мира. Система наук: точные, естественный, гуманитарные. Общая характеристика методов науки. Классификация методов. Основные методы эмпирического познания. Основные методы теоретического познания. Влияние философской методологии на развитие конкретно-научного знания. Понятие журнализма. Журналистика и наука. Личность журналиста и методы познания в журналистике. Формы взаимодействия журналистики и науки. История и феноменология науки в отражении журналистики. История популяризации науки. Роль журналистики в популяризации науки. Источники информации для журналиста, занимающегося популяризацией науки. Проблемы истины в науке и журналистике и вопросы</p>

<p>ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2. Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиатекстах и/или продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов – соблюдать принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиатекстах и/или продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов. 	<p>обоснования научного знания. Понятие об информации. Информационное общество как этап развития современных общественных отношений. Роль знаний и их трансляции в средствах СМИ в современном мире. Роль научной публицистики в обсуждении острых проблем современного осмысления места науки и научных открытий в жизни общества и в развитии цивилизации. Ответственность журналиста, его роль в формировании диалогических отношений между научным сообществом и гражданским обществом.</p>
<p>ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. ОПК-3.2. Демонстрирует эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные этапы развития отечественного и мирового культурного процесса – основные тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрировать эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – представлениями о спектре функций СМИ как важнейшего социального института и средства социальной 	

		коммуникации	
Современные теории массовой коммуникации			
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности. ОПК-7.2. Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности – современные теории массовой коммуникации <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста. 	Дисциплина «Современные теории массовой коммуникации» формирует теоретический фундамент знаний об исследованиях массовой коммуникации, а также представления о многоаспектности подходов к исследованию современных массовых коммуникативных процессов. Дисциплина построена как обзор основных теоретических концепций и анализ развития теоретических парадигм, что позволяет сформировать представления о целостной системе научного знания в области массовых коммуникаций, методологические знания о системе наук и месте среди этих наук теорий массовой коммуникации как исследовательских направлений.
Методология и методика медиаисследований			
УК-6. Способен определять и реализовывать	УК.6.1. Определяет свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы, направления, источники и способы совершенствования 	Целью изучения дисциплины является рассмотрение

<p>приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>поставленной цели. УК.6.2. Создает и достраивает индивидуальную траекторию саморазвития при получении основного и дополнительного образования. УК.6.3. Владеет умением рационального распределения временных и информационных ресурсов. УК.6.4. Умеет обобщать и транслировать свои индивидуальные достижения на пути реализации задач саморазвития.</p>	<p>профессиональной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста и требований рынка труда.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – правильно формулировать цели, задачи и планировать время для профессионального развития и карьерного роста с учетом условий, средств, личностных возможностей и требований рынка труда; – оптимально использовать собственные ресурсы и возможности для реализации успешной профессиональной деятельности <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками и приемами определения, планирования, реализации и совершенствования профессиональной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей и требований рынка труда. 	<p>направлений развития методологии отечественных и зарубежных медиа исследований, освоение методик исследований СМИ, значение социологических исследований в практике медиа. В курсе рассматриваются следующие темы: История развития научного познания; медиа сфера как объект научный феномен; Методика и методология; Основные научные школы и направления в области медиа исследований; Специфика научных исследований различных сегментов СМИ (печать, радио, ТВ, интернет-СМИ).</p>
<p>ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в</p>	<p>ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2. Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиатекстах и/или продуктах</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы медиа исследований, уметь их применять в научной деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – опираться в своей научной деятельности на отечественный и зарубежный опыт в данной 	

создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	при освещении деятельности общественных и государственных институтов.	области; выбрать тему научного исследования, оформить и представить результаты исследования. Владеть: – навыками научного исследования медиатекста и медиапродукта.	
Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях			
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК.4.3. Демонстрирует способность находить, воспринимать и использовать информацию на иностранном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач. УК.4.6. Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач с применением ИКТ-технологий.	Знать: – основные принципы и правила деловой, академической и профессиональной этики; – основные средства информационно-коммуникационных технологий Уметь: – 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	Дисциплина «Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях» посвящена таким вопросам, как информатизация общества, компьютерные, телекоммуникационные и мультимедиа-технологии, особенности Интернет среды. Информатизация общества рассматривается в аспекте социальных последствий, в том числе для журналистики. Компьютерные, телекоммуникационные и мультимедиа-технологии изучаются в первую очередь применительно к учебному процессу и журналистской деятельности, студенты знакомятся с технологиями обработки текстовой и графической информации, технологиями представления

		<p>профессионального взаимодействия на русском и иностранном/ых языках в том числе с использованием современных информационно-коммуникационных технологий.</p>	<p>информации. Интернет представлен как среда, в которой существуют современные средства массовой информации и которая обладает определенной спецификой. Рассматриваются социальные аспекты Интернет-пространства, особенности аудитории, специфика интернет-сообществ, в том числе социальных сетей.</p>
<p>ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2. Адаптирует возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств к профессиональной деятельности журналиста.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – адаптировать возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств к профессиональной деятельности журналиста. 	
Деонтология журналистики			
<p>ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)</p>	<p>ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. ОПК-3.2. Демонстрирует эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные этапы развития отечественного и мирового культурного процесса – основные тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрировать эрудицию в 	<p>Дисциплина посвящена рассмотрению этико-правовых нормативов, регулирующих профессиональное поведение журналиста, а также механизмов саморегулирования в журналистике. В процессе изучения формируется представление о правах и</p>

<p>коммуникационных продуктов</p>		<p>сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – представлениями о спектре функций СМИ как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации 	<p>обязанностях журналиста, формируются ценностные ориентиры, представления о профессиональной и корпоративной этике.</p>
<p>Современные медиасистемы</p>			
<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.</p>	<p>УК.4.4. Создает на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) грамотные и непротиворечивые письменные тексты реферативного характера.</p> <p>УК.4.5. Демонстрирует умение осуществлять деловую переписку на русском языке, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем.</p> <p>УК.4.6. Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач с применением ИКТ-технологий.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности современных отечественных и зарубежных медиасистем, их структуры и функций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять деловую переписку на русском языке, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками поиска необходимой информации в различных медиасистемах с целью решения стандартных коммуникативных задач 	<p>В рамках изучения дисциплины «Современные медиасистемы» студенты знакомятся с основными характеристиками медиасистем, их статическими и динамическими свойствами. Изучают эволюцию медиасистем, вплоть до информационно-промышленных концернов. Особое внимание уделяется формированию медиасистем в России, в том числе рассматривается рецепция западного опыта. Также студенты знакомятся с предпосылками и причинами глобальных трансформаций СМИ, связанных с новыми способами</p>

<p>ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных сегментов. ОПК-4.2. Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и/или продукты.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – прогнозировать потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и/или продукты. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных сегментов. 	<p>передачи информации, и рассматривают условия существования личности (журналиста, читателя, слушателя) в условиях современной информационно-технологической среды.</p>
<p>ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ОПК-5.2. Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы. 	

Проблемы современности и повестки дня СМИ

<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие. Осуществляет декомпозицию задачи. УК-1.2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. УК-1.4. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности. УК-1.5. Определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – работать с различными источниками информации, – использовать отечественный и зарубежный опыт реализации аналогичных (сходных) медиапроектов, – 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, – объяснять корреспондентам задачи подготовки того или иного материала, 	<p>В рамках дисциплины актуальные проблемы современности как объект освещения в СМИ (проблемы межнациональных конфликтов, культурологические концепции, освещение работы религиозных конфессий и т.д.) и основные концепции формирования повестки дня в СМИ.</p>
--	---	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> – оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ, – определять ключевые слова текста, необходимые для проведения поисковой оптимизации; употреблять их в составе заголовков, – принимать решения о необходимости добавления в материал дополнительной информации (текста, иллюстраций), – определять сильные и слабые стороны предоставленных авторами материалов, характер дополнительной информации, – определять целевую аудиторию для конкретного медиапроекта, ее социальные и психологические характеристики, – осуществлять редакторскую деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации, понимании социальной роли СМИ и роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – представлениями о современном состоянии науки, культуры, 	
--	--	---	--

		<p>техники</p> <ul style="list-style-type: none"> – знаниями о психологии и социологии массовой коммуникации, о механизмах и методах воздействия массовой коммуникации на личность и общество. 	
<p>ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>	<p>ОПК-3.2. Демонстрирует эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные этапы развития отечественного и мирового культурного процесс – основные тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрировать эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – представлениями о спектре функций СМИ как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации 	
<p>ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности. ОПК-7.2. Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности – современные теории массовой коммуникации 	

	распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста.	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста. 	
Редактирование современного медиатекста			
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	<p>УК.3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.</p> <p>УК.3.2. Планирует последовательность шагов для достижения заданного результата.</p> <p>УК.3.3. Осуществляет обмен информацией с другими членами команды, осуществляет презентацию результатов работы команды.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – задачи и методы современных медиатекстов, их жанровую, содержательную и структурно-композиционную специфику; – лингвостилистические требования к информационным, аналитическим и художественно-публицистическим жанрам в СМИ; – знать методы и приемы редактирования журналистских текстов. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – творчески подходить к решению проблем в профессиональной деятельности; – редактировать тексты для разных медийных платформ; – выбирать метод редактирования материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла, принимать решения о 	Целями освоения дисциплины «Редактирование современного медиатекста» являются: формирование у студентов системного представления о медиатексте как объекте современного российского медиадискурса; овладение понятиями и категориями медиатекста; знакомство с типологией современных медиатекстов и их компонентов, формирование представления о том, как реальность конструируется и репрезентируется в средствах массовой информации.

		<p>необходимости добавления в материал дополнительной информации (текста, иллюстраций);</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять сильные и слабые стороны предоставленных авторами материалов, характер дополнительной информации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – техникой редакторского анализа текста (структуры и содержания материалов, ошибок и недочетов, фактических данных); – навыками работы с фото-, видео-, аудиоинформацией. 	
<p>ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и/или медиапродуктов и коммуникационных продуктов. ОПК 1.2. Управляет процессом подготовки журналистских текстов и/или продуктов, востребованных обществом и индустрией, с учетом изменений норм русского и иностранного языков, а также с учетом особенностей других знаковых систем.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специфику этапов и принципов производства медиатекстов, и/или медиапродуктов и коммуникационных продуктов <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками управления процессом подготовки журналистских текстов и/или продуктов, востребованных обществом и индустрией, с учетом изменений норм русского и иностранного языков, а также с учетом особенностей других знаковых систем. 	
<p>Язык и стиль СМИ</p>			

<p>ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и/или медиапродуктов и коммуникационных продуктов. ОПК 1.2. Управляет процессом подготовки журналистских текстов и/или продуктов, востребованных обществом и индустрией, с учетом изменений норм русского и иностранного языков, а также с учетом особенностей других знаковых систем.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – профессиональные стандарты в своей деятельности; – структурно-композиционную специфику современных медиатекстов.; – лингвостилистические требования к информационным, аналитическим и художественно-публицистическим жанрам в СМИ. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – создавать материалы на различные темы, демонстрируя глубину понимания проблемы; – выбирать оптимальные модели и технологии журналистской деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – нормами русского языка и уметь применять их в устной и письменной речи; – навыками создания журналистских материалов в разных жанрах. 	<p>Необходимость комплексного и системного изучения будущими специалистами языка основных каналов распространения массовой информации (прессы, радио, телевидения, интернета) определило включение в программу курса «Язык и стиль СМИ», который должен расширить и углубить языковедческую и общеспециальную подготовку магистров. Дисциплина «Язык и стиль СМИ» предполагает изучение следующих основных тем: общие особенности и функции языка СМИ; общие особенности языка газеты; текст в СМИ и его основные признаки; особенности языка и стиля информационных жанров; стилистические особенности аналитических жанров; язык и стиль художественно-публицистических жанров; язык и стиль рекламы; язык и стиль текстов PR; особенности языка радио- и тележурналистики.</p>
<p>Медиаэкономика и медиаменеджмент</p>			
<p>УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его</p>	<p>УК-2.1. Уверенно демонстрирует знания организационных и технологических методов</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – пути решения нестандартных ситуаций, включая кризисную 	<p>Дисциплина «Медиаэкономика и медиаменеджмент» посвящена изучению экономических</p>

<p>жизненного цикла</p>	<p>разработки, управления и реализации медиа проектом; принципов и инструментов, используемых в проектной работе на всех этапах его цикла; методов, критериев и параметров презентации, описания и оценки результатов/продуктов проектной деятельности. УК-2.2. Самостоятельно разрабатывает техническое задание проекта, его план-график; составляет, проверяет и анализирует проектную документацию; представляет результаты проекта в виде отчетов, статей, докладов на конференциях; организует и координирует работу участников проекта.</p>	<p>ситуацию в редакции;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски; – выбирать оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов действий; – координировать действия подразделения с работой организации в целом; учитывать влияние экономических факторов на деятельность медиапредприятия и эффективно их использовать. <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – эффективного управления персоналом; – профессиональной журналистской этикой, технологиями и методиками проведения анализа и оценки качества выполненной работы структурных подразделений редакции. 	<p>аспектов функционирования СМИ. Целями освоения дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> — изложение теоретических основ экономики и менеджмента СМИ: роль экономического фактора в обеспечении жизнедеятельности СМИ. — знакомство с функционированием СМИ как хозяйствующих субъектов: место журналистского труда в структуре редакции, профессиональные возможности журналистов. — раскрытие систему понятий и терминов, связанных с функционированием экономической инфраструктуры журналистики; — формирование у студентов-журналистов экономического мышления, понимания своего будущего места и роли (как менеджера) в укреплении экономической базы редакции, оптимизации его имиджа и повышения его конкурентоспособности; <p>Основные рассматриваемые вопросы: рынок СМИ, редакционно-издательский маркетинг, финансирование и бюджет, редакционный</p>
-------------------------	---	--	--

<p>ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>	<p>ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. ОПК-3.2. Демонстрирует эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрировать эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах. 	<p>менеджмент, рекламная деятельность СМИ, стратегии успеха на информационном рынке.</p>
--	---	--	--

Современная отечественная журналистика

<p>УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК.5.1. Демонстрирует умение находить и использовать необходимую для взаимодействия с другими членами общества информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных и национальных групп. УК.5.2. Соблюдает требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов развития России в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать опыт современных СМИ в собственной профессиональной деятельности; 	<p>История и развитие современной отечественной журналистики в 1990-е годы. Коренные изменения в системе отечественных средств массовой информации после дезинтеграции СССР, образования на его территории суверенных независимых государств и в связи с устранением диктата КПСС в деятельности СМИ. Печать, радиовещание, телевидение, информационные агентства, издательское дело суверенной России. Закон "О средствах массовой информации", структурные и идеологические его проявления в деятельности СМИ. Правительственные органы печати "Российская газета". Оппозиционные газеты. Деловая пресса Российской Федерации.</p>
---	--	--	--

	<p>УК.5.3. Умеет выстраивать взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей</p>	<ul style="list-style-type: none"> – творчески подходить к решению проблем в научной и 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 целях развития проекта (СМИ). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками создания медиапроекта. 	<p>Журнальная периодика. Женская периодика. Система телевидения и радиовещания в 1990-е годы. Наиболее крупные информационные агентства: ИТАР-ТАСС, РИА, "Интерфакс", "Постфактум". Специальные агентства для сбора экономической информации АЭН (Агентство экономических новостей), ПАЛ-Информ, агентство Коминфо (для предпринимателей). Опыт отечественных СМИ в 1990-е годы, отечественные модели СМИ, их структура, принципы, функционирование. Разработка медиапроектов 1990-х, их цели и задачи, функционирование в системе СМИ. Развитие современной отечественной журналистики в 2000-е годы. Приход на информационный рынок на рубеже 1990-2000-х частных компаний. Формирование крупных медиакорпораций. Появление и укрупнение информационных групп, холдингов, медиа-империй. Концерн «Газпром» установил контроль над такими центральными газетами, как «Труд», «Рабочая трибуна», «Сельская жизнь». В империю одного из крупнейших российских банков –</p>
--	--	---	---

			<p>«Онэксимбанка» – вошли популярнейшие газеты «Комсомольская правда», «Известия». Компания В. Гусинского «Медиа-МОСТ» помимо телеканала «НТВ» владела быстро набирающими популярность газетой «Сегодня», журналом «Итоги», радиостанцией-«Эхо Москвы». Информационные войны, экономические кризис, централизация капиталов 2000-х годов. Развитие региональных СМИ. Развитие новейших информационных технологий: видео, кабельного и спутникового телевидения, компьютерных баз данных, мультимедиа, Интернета и сетевых СМИ. Всемирный конгресс Международной федерации журналистов (май 2007 года). Опыт отечественных СМИ в 2000-е годы, отечественные модели СМИ, их структура, принципы, функционирование. Разработка медиапроектов 2000-х, их цели и задачи, функционирование в системе СМИ. Современные медиасистемы: развитие и функционирование. Признаки медиасистемы: компоненты числом более 2-х, их взаимодействие, системное</p>
--	--	--	---

			<p>качество. Средства массовой информации как элемент инфраструктуры. Компоненты медиасистемы. 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.</p>
Информационное право в журналистике			
<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. УК-1.4. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки; отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности. УК-1.5. Определяет и оценивает практические последствия</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специфику информационного права как отрасли права РФ; – источники отрасли; правовые институты информационного права; – технику и технологию юридической безопасности создания и трансляции медиатекстов; правила защиты информационных прав. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – находить информацию, 	<p>Основные понятия, предмет, источники и институты информационного права в контексте деятельности СМИ. Работа журналиста с разными видами информации. Правовое регулирование информации в сети Интернет. Правовое регулирование рекламной деятельности журналиста. Ответственность в информационном праве.</p>

	возможных решений задачи.	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.	
Практики			
Производственная практика. Профессионально-творческая практика			
ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных	ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2. Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиатекстах и/или продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.	Знать: – современные теории массовой коммуникации, уметь применять эти знания в профессиональной деятельности; – знать роль и основные характеристики аудитории конкретного СМИ, ее социальные и психологические характеристики Уметь: – выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки	Профессионально-творческая практика призвана сформировать понимание стандартов качества в написании новостного, аналитического художественно-публицистического текста для конкретной аудитории; подготовить студентов к работе с «авторским» направлением деятельности. В ходе творческой практики основная задача студента — создание журналистских материалов в

продуктах		зрения на эти события; – определять приоритетные для публикаций темы;	форматах и жанрах повышенной сложности. Практика считается успешной, если материалы соответствуют всем требованиям, принимаются редакцией и публикуются.
ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. ОПК-3.2. Демонстрирует эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – лингвостилистические требования к информационным, аналитическим и художественно-публицистическим жанрам в СМИ; – задачи и методы, технологию и технику создания современных медиатекстов, их жанровую, содержательную и структурно-композиционную специфику, стилистические особенности; – основные правовые и этические нормы Российской Федерации, регламентирующие деятельность средств массовой информации; – методы и технологии подготовки медиапродукта в разных форматах (текст, аудио, видео, фото, графика); – методы применения цифровых технологий в печати, на телевидении, в радиовещании, в интернет-СМИ; – структуру современной редакции, базовые принципы ее формирования; знать – технологию редакционно- 	<p>Также задачей студента является участие в разработке медиапроектов, осуществление организационных и координирующих обязанностей. Материалы, созданные в ходе практики, включаются в базу будущей выпускной квалификационной работы студента.</p> <p>Творческую практику студенты проходят в редакциях СМИ Кемеровской области, с которыми заключен договор.</p>

		<p>издательского процесса, основы организации труда и управления; способы поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью продвижения сайта.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать опыт отечественных и зарубежных СМИ различного формата и тематики в собственной профессиональной деятельности; – творчески подходить к решению проблем в профессиональной деятельности; – применять в работе информацию, полученную от аудитории; – осуществлять журналистскую деятельность в конкретном СМИ, базируясь на понимании места этого СМИ в современной медиасистеме, его национальной и региональной специфики; – применять данные знания при создании медиатекстов и их редактировании; – пользоваться наиболее распространенными программами обработки цифровых данных (графики, аудио- и видеофайлов); 	
--	--	---	--

		<ul style="list-style-type: none">– осуществлять сбор необходимой информации для подготовки материала;– редактировать материал в соответствии с требованиями СМИ, работать над текстом, орфографией и стилем текста;– оценивать качество журналистских материалов, их соответствие требованиям и формату данного СМИ, целесообразности их публикации;– проверять актуальность и достоверность информации, предоставленной авторами;– оценивать целесообразность включения материалов в выпуск или их размещения в последующих выпусках;– работать с различными источниками информации, статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями;– определять цели и задачи медиапроекта;– оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски;– анализировать предлагаемые авторами проекты, выявлять	
--	--	---	--

		<p>слабые и сильные стороны, соответствия проекта информационной политике СМИ;</p> <ul style="list-style-type: none"> – принимать решение о включении проекта или его отклонении, о его доработке; – использовать результаты обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ). <p>Владеть (иметь практический опыт):</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками использования современных компьютерных технологий в журналистике; – нормами русского языка и уметь применять их в профессиональной деятельности; навыками создания журналистских материалов в разных жанрах; – навыками работы с законами в профессиональной деятельности; – навыками создания медиатекста, в том числе повышенной сложности (медиакит, статья, PR-жанры); – навыками работы с фото- и видеоинформацией, в теле- или радиоэфире; – профессиональной журналистской этикой. 	
--	--	---	--

Производственная практика. Преддипломная практика

<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие. Осуществляет декомпозицию задачи. УК-1.2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. УК-1.3. Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки. УК-1.4. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности. УК-1.5. Определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы медиаисследований, уметь их применять в научной деятельности; – основные источники информации, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами, использование интернет-ресурсов); – принципы работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями; 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. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – структурировать и обобщать информацию, полученную из различных источников; – анализировать содержание полученной информации и 	<p>Содержание преддипломной практики магистра направления Журналистики определяется типом работы – проектная ВКР (проектная и проектно–творческая):</p> <ul style="list-style-type: none"> - выпускники, выполняющие проектные выпускные квалификационные работы, время, отведенное на преддипломную практику, используют для разработки медиапроекта в одном из видов СМИ, углубленного изучения теории и практики тех сфер журналистики, с которой связаны их исследования, окончательной доработки содержания дипломного сочинения, оформления дипломной работы в соответствии с требованиями стандарта; - выпускники, выполняющие проектно-творческие выпускные квалификационные работы, предлагают к оцениванию результат/анализ собственного медиапроекта, реализованного в одном из видов СМИ. <p>ВКР проектного характера представляет собой разработку продукта творческой деятельности с критическим описанием процесса создания этого продукта, в данном случае – медиапроекта. Данный тип ВКР позволяет реализовать творческий потенциал студента,</p>
<p>УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>УК-2.1. Уверенно демонстрирует знания организационных и технологических методов разработки, управления и реализации медиа проектом; принципов и инструментов, используемых в проектной работе на всех этапах его цикла; методов, критериев и параметров презентации, описания и оценки</p>		

	<p>результатов/продуктов проектной деятельности.</p> <p>УК-2.2. Самостоятельно разрабатывает техническое задание проекта, его план-график; составляет, проверяет и анализирует проектную документацию; представляет результаты проекта в виде отчетов, статей, докладов на конференциях; организует и координирует работу участников проекта.</p>	<p>оценивать целесообразность определенных способов ее внедрения в проект;</p> <ul style="list-style-type: none"> – творчески подходить к решению проблем в научной деятельности; – опираться в своей научной деятельности на отечественный и зарубежный опыт в данной области; выбрать тему научного исследования, оформить и представить результаты исследования; работать с различными источниками информации, статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями; – анализировать содержание полученных материалов и информации, целесообразность и способы их внедрения в проект; – разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования. – изучать отечественный и зарубежный опыт реализации аналогичных (сходных) медиапроектов; – определять цели и задачи медиапроекта; 	<p>проявить свои исследовательские, информационные, коммуникативные, исследовательские, интеллектуальные способности. ВКР проектного характера позволяет выявить и сформировать в процессе подготовки и презентации, компетенции, направленные на потенциальные возможности обучающегося творчески применять в практической деятельности приобретенные знания и умения; готовность будущего профессионала к самостоятельной творческой и проектной деятельности.</p>
<p>УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса.</p> <p>ОПК-3.2. Демонстрирует эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах.</p>		
<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК.4.1. Грамотно и ясно строит диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на иностранном языке.</p> <p>УК.4.2. Демонстрирует умение осуществлять деловую переписку на иностранном языке с учетом социокультурных особенностей.</p> <p>УК.4.3. Демонстрирует способность находить, воспринимать и использовать</p>		

	<p>информацию на иностранном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач.</p> <p>УК.4.4. Создает на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) грамотные и непротиворечивые письменные тексты реферативного характера.</p> <p>УК.4.5. Демонстрирует умение осуществлять деловую переписку на русском языке, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем</p> <p>УК.4.6. Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач с применением ИКТ-технологий.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски. <p>Владеть (иметь практический опыт):</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа как текстов СМИ, так и теоретических источников; – нормами русского языка и уметь применять их при создании научных текстов; навыками научного исследования медиатекста и медиапродукта. 	
<p>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК.5.1. Демонстрирует умение находить и использовать необходимую для взаимодействия с другими членами общества информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных и национальных групп.</p> <p>УК.5.2. Соблюдает требования уважительного отношения к историческому наследию и</p>		

	<p>культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов развития России в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p> <p>УК.5.3. Умеет выстраивать взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей.</p>		
<p>УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>УК.6.1. Определяет свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленной цели.</p> <p>УК.6.2. Создает и достраивает индивидуальную траекторию саморазвития при получении основного и дополнительного образования.</p> <p>УК.6.3. Владеет умением рационального распределения временных и информационных ресурсов.</p> <p>УК.6.4. Умеет обобщать и транслировать свои индивидуальные достижения на пути реализации задач саморазвития.</p>		
<p>ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс</p>	<p>ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и/или медиапродуктов и</p>		

<p>создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>коммуникационных продуктов. ОПК 1.2. Управляет процессом подготовки журналистских текстов и/или продуктов, востребованных обществом и индустрией, с учетом изменений норм русского и иностранного языков, а также с учетом особенностей других знаковых систем. Общество и государство ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-</p>		
<p>ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2. Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиатекстах и/или продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.</p>		
<p>ОПК-3. Способен анализировать</p>	<p>ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития</p>		

<p>многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>отечественного и мирового культурного процесса. ОПК-3.2. Демонстрирует эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и /или продуктах.</p>		
<p>ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиа-продукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных сегментов. ОПК-4.2. Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и/или продукты. Медиакоммуникационная система</p>		
<p>ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических</p>	<p>5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ОПК-5.2. Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий</p>		

норм регулирования	конкретной медиакоммуникационной системы.		
ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2. Адаптирует возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств к профессиональной деятельности журналиста.		
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности. ОПК-7.2. Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста.		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений			
Дисциплины (модули)			

Конвергентная журналистика

<p>ПКУВ-4 Способен устанавливать и поддерживать контакты редакции СМИ с внешней средой</p>	<p>ПКУВ-4.1. Организует обратную связь с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях). ПКУВ-4.2. Использует результаты обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ). ПКУВ-4.3. Готовит договоры с внештатными сотрудниками и авторами.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">– основные понятия медиаконвергенции, основные тенденции развития современного медиарынка, закономерности развития медиарынка и меру успешности медиaproдукта, конкретные издания, их продукты и авторов успешных мультимедийных историй. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">– применять полученные знания для выработки и осуществления успешных стратегий конвергенции. <p>Иметь практический опыт: создания и реализации концепции медиапроекта в условиях конвергенции</p>	<p>Дисциплина дает представление о том, что такое «новые» медиа и конвергентная журналистика. Рассматриваются причины современного медиакризиса и медиареволюции и их необратимое влияние на профессиональную деятельность журналиста. В рамках дисциплины раскрываются современные стратегии печатных и сетевых СМИ, анализируются современные тенденции медиаотрасли: монетизация контента, организация конвергентных ньюзрумов, повышение ценности и качества контента, продвижение контента, эволюция жанров, форматов и методов журналистской деятельности в условиях конвергентной журналистики. Изучаются технологии, которые используются для производства оригинального контента и добавленной стоимости медиа продукта, для упаковки и продвижения, распространения, технологии взаимодействия с аудиторией в Интернете. Анализируются различные подходы к организации творческого и экономического</p>
--	---	--	---

			процесса в современных редакциях. Рассматриваются бизнес-модели различных сетевых изданий в разные периоды развития медиарынка. Делается сравнительный анализ зарубежных и российских изданий с точки зрения развития технологий производства и распространения контента.
Форматы и жанры авторского медиатекста			
ПКУВ-1 Способен разрабатывать концепцию авторского проекта	ПКУВ-1.1. Анализирует проект, предлагаемый автором; выявляет его слабые и сильные стороны, определяет соответствие проекта информационной политике СМИ или другого медиа. ПКУВ-1.2. Принимает решения о включении проекта или его отклонении после согласования с главным редактором. ПКУВ-1.3. Изучает отечественный и зарубежный опыт реализации аналогичных (сходных) медиапроектов. ПКУВ-1.4. Изучает отечественный и зарубежный опыт реализации аналогичных (сходных) медиапроектов ПКУВ-1.5. Разрабатывает оригинальные творческие решения.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – задачи и методы, технологию и технику создания современных медиатекстов, их жанровую, содержательную и структурно-композиционную специфику, стилистические особенности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять данные знания при создании медиатекстов; – 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; – редактировать материал в соответствии с требованиями СМИ, работать над контекстом, орфографией и стилем текста. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками создания медиатекста, 	В рамках изучения дисциплины «Форматы и жанры авторского медиаконтента» студенты знакомятся с жанровыми, содержательными, структурно-композиционными и стилистическими особенностями авторских медиатекстов повышенной сложности. Дисциплина предполагает изучение аналитических, художественно-публицистических и PR-жанров, особенности их бытования в современной российской и региональной журналистике, а также получение опыта создания авторского медиаконтента в разных жанрах. Полученные знания и умения будут дополнены соответствующими навыками в ходе творческой практики.

		<p>в том числе повышенной сложности (медиацит, статья, комбинированные PR-жанры);</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с фото- и видеоинформацией, в теле- или радиоэфире. 	
Медиапроектирование			
<p>ПКУВ-1 Способен разрабатывать концепцию авторского проекта</p>	<p>ПКУВ-1.1. Анализирует проект, предлагаемый автором; выявляет его слабые и сильные стороны, определяет соответствие проекта информационной политике СМИ или другого медиа. ПКУВ-1.2. Принимает решения о включении проекта или его отклонении после согласования с главным редактором. ПКУВ-1.3. Изучает отечественный и зарубежный опыт реализации аналогичных (сходных) медиапроектов. ПКУВ-1.4. Детализирует авторскую концепцию, разрабатывает поправки и рекомендации к ней. ПКУВ-1.5. Разрабатывает оригинальные творческие решения.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – творчески подходить к решению проблем в профессиональной деятельности; – 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); – формулировать задания корреспондентам по самостоятельному выбору тем и 	<p>Краткая аннотация содержания дисциплины: Дисциплина «Медиапроектирование» направлена на формирование умений и навыков, необходимых для создания медиапроекта. Четыре раздела дисциплины (Планирование медиапроекта, Разработка медиапроекта, Продвижение медиапроекта, Командная работа в медиапроектировании) отражают четыре стадии работы над проектом: планирование, детальную разработку, реализацию и продвижение и рефлексию. В первом разделе изучаются принципы разработки концепции медиапроекта, методы ее анализа и коррекции; использование технологий социального и бизнес-проектирования; предварительные исследования., анализ рисков. Во втором разделе предметами</p>

		<p>поиску информации для публикаций, а также по подготовке материалов в соответствии с заранее разработанной темой; объяснять корреспондентам задачи подготовки того или иного материала;</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ; – составлять и редактировать сценарии, давать рекомендации по редактированию сценариев; – сочетать различные форматы материалов в составе одного и того же СМИ; – определять ключевые слова текста, необходимые для проведения поисковой оптимизации, употреблять их в составе заголовков, поддерживать обратную связь с аудиторией; – анализировать содержание полученных материалов и информации, целесообразность и способы их внедрения в проект; – разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования; использовать отечественный и 	<p>изучения являются принципы и методы планирования медиапроекта и технологии бюджетирования проекта. Третий раздел посвящен продвижению и распространению медиапродукта, методам оценки эффективности проекта. В четвертом разделе рассматриваются аспекты командной работы над проектом, а также встраивание медиапроекта в структуру СМИ и в структуру редакции. Все вопросы рассматриваются на примере медиапроектов, над которыми студенты работают в процессе изучения дисциплины.</p>
--	--	---	--

		<p>зарубежный опыт реализации аналогичных (сходных) медиапроектов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 целях развития проекта (СМИ). 	
Анализ иноязычных медиатекстов			
<p>ПКУВ-4 Способен устанавливать и поддерживать контакты редакции СМИ с внешней средой</p>	<p>ПКУВ-4.1. Организует обратную связь с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях). ПКУВ-4.2. Использует результаты обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ).</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – иностранные языки и использовать их в профессиональной деятельности; – основы создания современных иноязычных медиатекстов, основные лингвоформатные признаки основных типов англоязычных медиатекстов. <p>Уметь:</p>	<p>Основная цель курса – ознакомить обучающихся с теоретическими и практическими основами всестороннего анализа медиатекста как дисциплинообразующей категории медиалингвистики. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: ознакомить обучающихся с теоретическими основами и</p>

		<ul style="list-style-type: none"> – выстраивать устную и письменную речь грамотно, логично и аргументировано на родном и иностранном языках; – использовать иноязычные медиатексты как источник актуальной информации. <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> – нормами русского и изучаемого иностранного языка; <p>Иметь практический опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> – интерпретации, анализа, реферирования и аннотирования медиатекстов на иностранном языке. 	<p>общественными предпосылками возникновения медиалингвистики, определить роль иноязычных СМИ в динамике языковых процессов и функционально-стилистический статус медиаречи; дать всестороннее определение медиатекста как базовой категории медиалингвистики и описать методы изучения текстов массовой информации; дать классификацию современных медиатекстов и проанализировать лингвоформатные признаки выделенных типов текстов в англоязычной медиакommunikации – новостных, информационно-аналитических, публицистических, рекламных; описать различные аспекты (когнитивный, лингвокультурологический, прагмалингвистический) медиадискурса в контексте межкультурной коммуникации; развить такие навыки, как самостоятельное обобщение из наблюдений над конкретным языковым материалом, анализ эмпирического материала с учётом различных методов лингвистического анализа.</p>
--	--	--	--

Планирование деятельности организации СМИ			
<p>ПКУВ-1 Способен разрабатывать концепцию авторского проекта</p>	<p>ПКУВ-1.2. Принимает решения о включении проекта или его отклонении после согласования с главным редактором. ПКУВ-1.4. Детализирует авторскую концепцию, разрабатывает поправки и рекомендации к ней.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные принципы разработки концепции авторского проекта, планирования и координации деятельности структурных подразделений редакции СМИ. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать различные концепции авторского проекта, планировать и координировать деятельность структурных подразделений редакции СМИ. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками планирования и координирования деятельностью редакций СМИ. 	<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).</p>
<p>ПКУВ-2 Способен планировать и координировать деятельность структурных подразделений редакции СМИ</p>	<p>ПКУВ-2.2. Планирует деятельность подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период. ПКУВ-2.3. Координирует действия работников. ПКУВ-2.4. Принимает оперативные решения при угрозе нарушения плана.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – планировать деятельность подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период. – координировать действия работников. – принимать оперативные решения при угрозе нарушения плана 	
<p>ПКУВ-3 Способен анализировать результаты деятельности подразделений редакции СМИ</p>	<p>ПКУВ-3.1. Проводит совещания по вопросам оптимизации деятельности подразделения. ПКУВ-3.2. Готовит предложения главному редактору</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – готовить и проводить совещания по вопросам оптимизации деятельности подразделения; – готовить предложения главному 	

	(руководителю) по реализации кадровой политики в подразделении. ПКУВ-3.4. Анализирует эффективность работы отдела; выявляет ошибки, способствует развитию конструктивных идей.	редактору (руководителю) по реализации кадровой политики в подразделении; – анализировать эффективность работы отдела; выявляет ошибки, способствует развитию конструктивных идей	
--	---	--	--

Менеджмент аудиовизуальных СМИ

ПКУВ-2 Способен планировать и координировать деятельность структурных подразделений редакции СМИ	ПКУВ-2.2. Планирует деятельность подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период. ПКУВ-2.3. Координирует действия работников. ПКУВ-2.4. Принимает оперативные решения при угрозе нарушения плана.	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	Цель дисциплины — знакомство с особенностями менеджмента аудиовизуальных СМИ (телевидение, радио). Поскольку радио и телевидение предполагают работу не только журналиста, но и ряда технических специалистов, перед редактором стоит задача координация усилий большой группы людей в процессе производства медиаконтента. В ходе изучения дисциплины основное внимание уделяется таким вопросам, как организация производства аудио- или видеоконтента, определение политики канала, предпочтения современного телезрителя (радиослушателя), разработка и согласование авторских программ, разработка и реализация медиапроектов, реклама в структуре аудиовизуальных СМИ.
---	---	--	--

		<p>организации, нормативные акты в сфере редакционно-издательской деятельности, правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности; особенности медиапроектирования в сфере аудиовизуальных СМИ.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – профессиональной журналистской этикой. 	
<p>ПКУВ-3 Способен анализировать результаты деятельности подразделений редакции СМИ</p>	<p>ПКУВ-3.1. Проводит совещания по вопросам оптимизации деятельности подразделения. ПКУВ-3.2. Готовит предложения главному редактору (руководителю) по реализации кадровой политики в подразделении. ПКУВ-3.3. Уведомляет руководителя о необходимости</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	

	<p>применения дисциплинарных взысканий в отношении конкретных сотрудников, нарушающих устав организации и другие внутренние нормативные акты. ПКУВ-3.4. Анализирует эффективность работы отдела; выявляет ошибки, способствует развитию конструктивных идей.</p>	<p>отношении сотрудников, допустивших нарушения;</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать эффективность работы отдела; – выявлять ошибки, способствует развитию конструктивных идей 	
Менеджмент печатных СМИ			
<p>ПКУВ-2 Способен планировать и координировать деятельность структурных подразделений редакции СМИ</p>	<p>ПКУВ-2.2. Планирует деятельность подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период. ПКУВ-2.3. Координирует действия работников. ПКУВ-2.4. Принимает оперативные решения при угрозе нарушения плана.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 менеджмента в СМИ, задачи редакции, уметь ставить задачи и координировать их выполнение; 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 трудового законодательства Российской Федерации (основные положения), локальные 	<p>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 трудового законодательства Российской Федерации (основные положения), локальные</p>

		<p>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.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – профессиональной журналистской этикой. 	<p>нормативные акты организации, нормативные акты в сфере редакционно-издательской деятельности, правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности; особенности медиапроектирования в сфере печатных СМИ.</p> <p>Уметь: 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.</p> <p>Владеть (иметь практический опыт): профессиональной журналистской этикой.</p>
<p>ПКУВ-3 Способен анализировать результаты деятельности подразделений редакции СМИ</p>	<p>ПКУВ-3.1. Проводит совещания по вопросам оптимизации деятельности подразделения. ПКУВ-3.2. Готовит предложения главному редактору (руководителю) по реализации кадровой политики в</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — готовить и проводить совещания по вопросам оптимизации деятельности подразделения; – готовить предложения главному редактору; – уметь принимать решения об 	

	<p>подразделении. ПКУВ-3.3. Уведомляет руководителя о необходимости применения дисциплинарных взысканий в отношении конкретных сотрудников, нарушающих устав организации и другие внутренние нормативные акты. ПКУВ-3.4. Анализирует эффективность работы отдела; выявляет ошибки, способствует развитию конструктивных идей.</p>	<p>уведомлении руководителя о необходимости применения дисциплинарных взысканий в отношении сотрудников, допустивших нарушения; – анализировать эффективность работы отдела; – выявлять ошибки, способствует развитию конструктивных идей</p>	
--	---	---	--

Практика делового и корпоративного общения

<p>ПКУВ-1 Способен разрабатывать концепцию авторского проекта</p>	<p>ПКУВ-1.2. Принимает решения о включении проекта или его отклонении после согласования с главным редактором. ПКУВ-1.4. Детализирует авторскую концепцию, разрабатывает поправки и рекомендации к ней.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – виды и структуру коммуникаций, современные коммуникационные технологии в редакции, этапы коммуникативного процесса, принципы и признаки корпоративной культуры, этапы управления развитием корпоративной культуры. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить собрания, осуществлять координацию и контроль работы коллектива, решать конфликты, организовывать систему коммуникаций в редакции, обеспечивать выбор эффективных средств 	<p>Понятие коммуникации в коллективе редакции СМИ. Сущность и виды коммуникаций; коммуникация как функция управления организацией; понятие организации; характеристики внешней среды. Внутренние коммуникации в организации Виды коммуникаций в организации; межличностные коммуникации в организации; современные коммуникационные технологии в организации. Деловая коммуникация Деловое совещание. Деловые переговоры. Виды общения Познавательное общение; убеждающее общение; экспрессивное общение; суггестивное общение;</p>
---	---	--	---

		<p>коммуникации с учетом конкретных требований.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – культурой делового и корпоративного общения, профессиональной журналистской этикой. 	<p>ритуальное общение. Маркетинговые коммуникации. Особенности маркетинговых коммуникаций; процесс маркетинговых коммуникаций. Понятие корпоративной культуры. Понятие культуры, этики, этикета. Редакция СМИ в восприятии объектов ее интересов. Понятие, свойства, проблемы и барьеры восприятия. Структура корпоративной культуры; материальная культура корпорации, ее измерение и оценка уровня; культура организации труда и производства, ее измерение и оценка уровня; основные понятия и их содержание. Управление корпоративной культурой. Социально-психологические основы влияния и убеждения; средства и методы педагогического воздействия на личность; этапы управления развитием корпоративной культуры; организация решения проблем, связанных с совершенствованием и развитием корпоративной культуры.</p>
<p>Аргументация в профессиональной деятельности редактора</p>			

<p>ПКУВ-1 Способен разрабатывать концепцию авторского проекта</p>	<p>ПКУВ-1.3. Изучает отечественный и зарубежный опыт реализации аналогичных (сходных) медиапроектов. ПКУВ-1.4. Детализирует авторскую концепцию, разрабатывает поправки и рекомендации к ней.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – корректно (убедительно, используя определенную систему аргументации) вести полемику, аргументировать свою точку зрения при рассмотрении авторских материалов, разработке и реализации медиапроектов, решении конфликтов. 	<p>Изучение дисциплины преследует следующую основную цель – овладение теорией аргументации и выработку практических навыков формирования убеждений, а также разубеждения посредством аргументации. СМИ – это один из важнейших инструментов влияния на массовое сознание, в силу этого профессиональный подход к созданию продукции СМИ, к ее экспертной оценке и презентации предполагает, что журналист владеет стратегиями и приемами аргументативного (и в том числе речевого) воздействия. Для освоения и практического закрепления этих приемов и предназначена данная дисциплина. При этом основное внимание в процессе изучения дисциплины уделяется не только естественному языку как инструменту воздействия, но и невербальным инструментам – иными словами, всем тем особенностям структуры и функционирования вербальных и невербальных средств на различных уровнях их организации, которые позволяют эффективно воздействовать на сознание адресата. Цель курса заключается в том, чтобы научить</p>
---	---	---	---

			студентов обнаруживать, исследовать и использовать те технологии и приемы создания вербальных и невербальных сообщений, которые позволяют сообщению быть эффективным средством воздействия в социальной и межличностной коммуникации. Важной неотъемлемой составляющей данной цели также является выработка у студентов понимания и уважения этических и правовых норм, которые распространяются на использование средств аргументации.
Взаимодействие журналистики, рекламы и PR			
ПКУВ-4 Способен устанавливать и поддерживать контакты редакции СМИ с внешней средой	ПКУВ-4.1. Организует обратную связь с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях). ПКУВ-4.3. Готовит договоры с внештатными сотрудниками и авторами.	Знать: – специфику трех видов коммуникации, их взаимодействия. Уметь: – осуществлять разные виды профессиональных обязанностей с учетом взаимодействия журналистики, рекламы и PR. – организовать работу рекламного отдела в соответствии с редакционной политикой СМИ. Иметь практический опыт: – работы с рекламными и PR-текстами повышенной сложности (комбинированные	Входными знаниями, необходимыми для изучения дисциплины, являются понимание обучающимися функций PR в обществе и содержание журналисткой деятельности как многоаспектной. Чрезвычайно важными являются также знания, касающиеся сущности, этапов и способов организации коммуникативных процессов в обществе. Знания, полученные в результате изучения дисциплины «Взаимодействие журналистики, рекламы и PR», развиваются и

		<p>жанры, смежные жанры, сочетание официально-делового и публицистического стилей).</p>	<p>конкретизируются в ходе изучения дисциплины «Современные медиасистемы» Б1.Б.7). Основные темы курса: Журналистика, реклама и связи с общественностью как коммуникативные единицы (инициированность, референтность, селективность, оптимизированность); Журналистика, реклама и PR: технологическая и сущностная. взаимосвязь и особенности; Текст как феномен культуры. Полифония текстов в культуре; Основные текстообразующие признаки и их проявление в различных видах медиатекстов: информативность, связность, целостность, завершенность, авторская модальность; Журналистский, рекламный и PR-текст в структуре современного медиапространства; Содержание и структура современного журналистского, рекламного и PR-текста; Медиатекст: коммуникативные тактики и стратегии; Жанровая палитра современного журналистского, рекламного и PR-текста; Жанры современных медиатекстов.</p>
--	--	---	---

Лингвистическая экспертиза медиатекста

<p>ПКУВ-4 Способен устанавливать и поддерживать контакты редакции СМИ с внешней средой</p>	<p>ПКУВ-4.1. Организует обратную связь с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях). ПКУВ-4.3. Готовит договоры с внештатными сотрудниками и авторами.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; – основные источники информации, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора; – принципы работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски, опираться на 	<p>В рамках дисциплины изучаются правовые основы экспертной деятельности и массово-информационного права, различные виды конфликтных текстов, конфликт-маркеры, типы лингвистических исследований медиатекста и методики их проведения, а также основы комплексной экспертизы текста.</p>
--	--	---	---

		<p>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;</p> <ul style="list-style-type: none"> – контролировать конфликтный потенциал создаваемых в редакции медиатекстов; – работать с различными источниками информации, статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями; – анализировать содержание полученных материалов и информации, целесообразность и способы их внедрения в проект <p><i>Иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	
--	--	---	--

		медiateкста.	
Производство аудиовизуальных СМИ			
ПКУВ-2 Способен планировать и координировать деятельность структурных подразделений редакции СМИ	ПКУВ-2.2. Планирует деятельность подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период. ПКУВ-2.3. Координирует действия работников. ПКУВ-2.4. Принимает оперативные решения при угрозе нарушения плана.	Уметь: <ul style="list-style-type: none"> – оценивать степень компетентности авторов, качества предоставленных материалов, их соответствия требованиям и формату данного СМИ, целесообразности их публикации; – проверять актуальность и достоверность информации, предоставленной авторами; – оценивать целесообразность включения материалов в выпуск или их размещения в последующих выпусках; – 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 	Дисциплина «Производство аудиовизуальных СМИ» направлена на изучение современной структуры и моделей функционирования аудиовизуальных СМИ, их сосуществования в рамках конвергентной журналистики. Ключевыми вопросами является изучение производственных аспектов подготовки телевизионного продукта, его позиционирование в эфире в условиях конкуренции и этического регулирования. Программа освоения дисциплины включает рассмотрение роли и функций продюсера в телевизионном производстве.

		<p>его доработке;</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать результаты обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ). 	
Производство печатных СМИ			
<p>ПКУВ-2 Способен планировать и координировать деятельность структурных подразделений редакции СМИ</p>	<p>ПКУВ-2.2. Планирует деятельность подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период. ПКУВ-2.3. Координирует действия работников. ПКУВ-2.4. Принимает оперативные решения при угрозе нарушения плана.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать степень компетентности авторов, качества предоставленных материалов, их соответствия требованиям и формату данного СМИ, целесообразности их публикации; – проверять актуальность и достоверность информации, предоставленной авторами; – оценивать целесообразность включения материалов в выпуск или их размещения в последующих выпусках; – 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; 	<p>Дисциплина «Производство печатных СМИ» направлена на изучение современных моделей функционирования печатных СМИ (газеты, журналы) в условиях конкуренции и экономической рентабельности, в том числе на региональной медиарынке. Программа освоения дисциплины включает рассмотрение новых тенденций развития дизайна, графического конструирования газетного (журнального) и рекламного пространства, композиции, шрифтового и цветового оформления.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> – принимать решение о включении проекта или его отклонении, о его доработке; – использовать результаты обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ). 	
Практики			
Производственная практика. Организационно-управленческая практика.			
<p>ПКУВ-1 Способен разрабатывать концепцию авторского проекта</p>	<p>ПКУВ-1.1. Анализирует проект, предлагаемый автором; выявляет его слабые и сильные стороны, определяет соответствие проекта информационной политике СМИ или другого медиа. ПКУВ-1.2. Принимает решения о включении проекта или его отклонении после согласования с главным редактором. ПКУВ-1.3. Изучает отечественный и зарубежный опыт реализации аналогичных (сходных) медиапроектов. ПКУВ-1.4. Детализирует авторскую концепцию, разрабатывает поправки и рекомендации к ней. ПКУВ-1.5. Разрабатывает оригинальные творческие решения.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – пути решения нестандартных ситуаций, включая кризисную ситуацию в редакции, – лингвостилистические требования к информационным, аналитическим и художественно-публицистическим жанрам в СМИ, – роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, основные методы изучения аудитории, – особенности современных отечественных и зарубежных медиасистем, их структуры, специфику российских и зарубежных национальных моделей СМИ, предпосылки, определяющие интеграцию и дифференциацию данных 	<p>Цель практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> – подготовить студентов к осуществлению редакторской и организационно-управленческой деятельности в СМИ. – подготовить студентов к работе одновременно в нескольких видах СМИ (интернет-сайт, информационная служба радио, информационная служба ТВ-канала, редакция общественно-политических передач, корпоративное издание). – сбор и анализ информации, разработка концепции, модели, формата издания, программы, рубрики, колонки, а также медиапроектов других типов, анализ хода реализации медиапроекта и

		<p>моделей СМИ,</p> <ul style="list-style-type: none"> – задачи и методы, технологию и технику создания современных медиатекстов, их жанровую, содержательную и структурно-композиционную специфику, стилистические особенности, – основные правовые и этические нормы Российской Федерации, регламентирующие деятельность средств массовой информации, – методы и приемы редактирования журналистских текстов, 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 (планировать деятельности редакции (подразделения), проводить совещания, координировать действия работников, принимать оперативные решений при угрозе нарушения плана работы, участвовать в оптимизации деятельности подразделения, участвовать в реализации кадровой политики в подразделении, анализировать 	<p>коррекция его концепции (в случае создания медиапроекта в ходе научно-исследовательской практики);</p> <ul style="list-style-type: none"> – сбор необходимых материалов для написания выпускной квалификационной работы (в случае прохождения профессионально-журналистской практики на базе научно-исследовательской практики; в случае, если магистрантом создаётся творческая магистерская диссертация).
--	--	---	---

		<p>эффективность работы отдела</p> <ul style="list-style-type: none"> – способы поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью продвижения сайта, правила и порядок заключения договоров, в том числе авторских. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски, – выбирать оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов действий, – опираться на принципы деонтологии журналистики при решении профессиональных проблем, – координировать действия подразделения с работой организации в целом, выстраивать диалоги с сотрудниками редакции, представителями общественных организаций, авторами, читателями (зрителями) с соблюдением основных этических норм делового общения, учитывать мнения и предложения работников для разработки идей, оценивать качество предоставленных материалов, принимать оперативные решения по поводу 	
--	--	--	--

		<p>возможности их публикации, разъяснять автору его ошибки, формулировать предложения автору об исправлении и дополнении материала,</p> <ul style="list-style-type: none"> – соблюдать этические принципы в профессиональном общении, – определять целевую аудиторию для конкретного медиапроекта, ее социальные и психологические характеристики, применять в работе информацию, полученную от аудитории, – осуществлять редакторскую деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации, понимании социальной роли СМИ и роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, применять данные знания при создании медиатекстов и их редактировании, – учитывать влияние экономических факторов на деятельность медиапредприятия и эффективно их использовать, – формировать повестку дня (круг проблем, смысловые акценты), формулировать задания корреспондентам по поиску информации для публикаций, а 	
--	--	--	--

		<p>также по подготовке материалов в соответствии с заранее разработанной темой, объяснять корреспондентам задачи подготовки того или иного материала, оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ, составлять и редактировать сценарии, давать рекомендации по редактированию сценариев, сочетать различные форматы материалов в составе одного и того же СМИ, определять ключевые слова текста, необходимые для проведения поисковой оптимизации; употреблять их в составе заголовков, поддерживать обратную связь с аудиторией, 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, четко определять стратегию развития СМИ и в соответствии</p>	
--	--	---	--

		<p>с данной стратегией осуществлять текущее планирование, организационные, координационные, контролирующие обязанности, осуществлять разные виды профессиональных обязанностей с учетом взаимодействия журналистики, рекламы и PR. Уметь организовать работу рекламного отдела в соответствии с редакционной политикой СМИ, контролировать конфликтный потенциал создаваемых в редакции медиатекстов, оценивать степень компетентности авторов, качества предоставленных материалов, их соответствия требованиям и формату данного СМИ, целесообразности их публикации, проверить актуальность и достоверность информации, предоставленной авторами, оценивать целесообразность включения материалов в выпуск или их размещения в последующих выпусках, составлять договоры, в том числе с внештатными сотрудниками и авторами, согласовать поправки к материалу с авторами,</p>	
--	--	--	--

		<p>работающими по авторскому договору, 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 целях развития проекта (СМИ).</p> <p>Владеть (иметь практический опыт):</p> <ul style="list-style-type: none"> – нормами русского языка и уметь применять их в устной и письменной речи; – навыками редактирования журналистских материалов разных жанров с учетом соответствующих лингвостилистических требований, – методами эффективного управления персоналом, – навыками работы с законами в профессиональной деятельности, техникой редакторского анализа текста 	
--	--	---	--

		(структуры и содержания материалов, ошибок и недочетов, фактических данных), навыками работы с фото-, видео-, аудиоинформацией, профессиональной журналистской этикой, технологиями и методиками проведения анализа и оценки качества выполненной работы структурных подразделений редакции и отдельных корреспондентов.	
ПКУВ-2 Способен планировать и координировать деятельность структурных подразделений редакции СМИ	ПКУВ-2.2. Планирует деятельность подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период. ПКУВ-2.3. Координирует действия работников. ПКУВ-2.4. Принимает оперативные решения при угрозе нарушения плана.		
ПКУВ-3 Способен анализировать результаты деятельности подразделений редакции СМИ	ПКУВ-3.1. Проводит совещания по вопросам оптимизации деятельности подразделения. ПКУВ-3.2. Готовит предложения главному редактору (руководителю) по реализации кадровой политики в подразделении. ПКУВ-3.3. Уведомляет руководителя о необходимости применения дисциплинарных		

	<p>взысканий в отношении конкретных сотрудников, нарушающих устав организации и другие внутренние нормативные акты.</p> <p>ПКУВ-3.4. Анализирует эффективность работы отдела; выявляет ошибки, способствует развитию конструктивных идей.</p>		
<p>ПКУВ-4</p> <p>Способен устанавливать и поддерживать контакты редакции СМИ с внешней средой</p>	<p>ПКУВ-4.1. Организует обратную связь с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях).</p> <p>ПКУВ-4.2. Использует результаты обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ).</p> <p>ПКУВ-4.3. Готовит договоры с внештатными сотрудниками и авторами.</p>		

Факультативные дисциплины

Психология и социология массовых коммуникаций

<p>ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиа-продукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных сегментов.</p> <p>ОПК-4.2. Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и/или продукты.</p>	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – знаниями о психологии и социологии массовой коммуникации, – знаниями о механизмах и методах воздействия массовой коммуникации на личность и общество. 	<p>Дисциплина «Психология и социология массовых коммуникаций» рассматривает массовую коммуникацию в двух аспектах: психологическом и социологическом. Предметом изучается в первом разделе: психология массового сознания, характеристика целевой аудитории и концепции</p>
---	---	---	---

			<p>воздействия СМИ на аудиторию. Рассматриваются условия и приемы изменения социальной установки.</p> <p>Раздел «Социология массовых коммуникаций» рассматривает СМИ (в том числе новые медиа) как социальный институт. Также студенты изучают проблемы медиаглобализации и информационного общества.</p>
Журналистика как социокультурный феномен			
<p>ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов.</p> <p>ОПК-2.2. Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиатекстах и/или продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологий в сфере медиа-коммуникаций; – роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, основные методы изучения аудитории. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – представлениями о месте журналистики в современной культуре; – пониманием спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации. 	<p>Дисциплина «Журналистика как социокультурный феномен» посвящена рассмотрению социокультурной реальности и специфических функций журналистики и масс-медиа в этой реальности. К специфическим функциям СМИ в постиндустриальную эпоху относятся конструирование социальной реальности, манипуляции сознанием и мифотворчество. Так как воздействие СМИ особенно сильно в области политики, в рамках дисциплины рассматриваются также различные модели устройства общества и особая ниша, которую занимают в них СМИ.</p>

<p>ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных сегментов. ОПК-4.2. Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и/или продукты.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологий; – осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики 	
--	--	---	--

Раздел 5. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Учебный план образовательной программы с направленностью «Профессионально-творческая деятельность редактора СМИ» (очной формы обучения) определяет перечень, трудоемкость, последовательность и распределение по периодам обучения учебных предметов, курсов, дисциплин, практики, иных видов учебной деятельности.

Представлен отдельным документом.

Приложение А.

Раздел 6. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Календарный учебный график по направлению подготовки / специальности *магистратуры* определяет периоды осуществления видов учебной деятельности и периоды каникул и представлен отдельным документом.

Приложение Б.

Раздел 7. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН И ПРОГРАММЫ ПРАКТИК

Рабочие программы учебных предметов, курсов, дисциплин размещены в электронной информационно-образовательной среде КемГУ (далее – ЭИОС). Каждому обучающемуся в течение всего периода обучения обеспечен авторизованный (по логину и паролю) доступ к ЭИОС из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-коммуникационной сети «Интернет», как на территории КемГУ, так и вне ее. осуществляется.

Рабочие программы дисциплин представлены отдельными документами.

Приложение С-1.

Аннотации к рабочим программам дисциплин размещаются на официальном сайте КемГУ в разделе «Образовательные программы».

Приложение С-2.

В целях организации и проведения практики разработаны и утверждены программы учебной и производственной практик в соответствии с требованиями Положения о Порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры и Положения о порядке проведения практики обучающихся высшего образования Кемеровского государственного университета.

Программы практик представлены отдельными документами.

Программы практик размещаются на официальном сайте КемГУ в разделе «Образовательные программы»

Приложение С-3.

Раздел 8. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Программа государственной итоговой аттестации представлена программой

государственного экзамена, перечнем компетенций выпускника, подлежащих оценке в ходе государственного экзамена (с указанием индикаторов достижения компетенций) и требованиями к защите выпускной квалификационной работы, разрабатываемыми в соответствии с требованиями, определенными в Порядке организации и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, программ специалитета и программ магистратуры, Порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Кемеровском государственном университете.

Программа государственной итоговой аттестации представлена отдельными документами и размещается на официальном сайте КемГУ, в электронной информационно-образовательной среде КемГУ (обучающимся предоставляется доступ после авторизации).

Приложение ГИА

Программа государственного экзамена (*при наличии*) размещается в ЭИОС.

Приложение ГЭ

«Государственный экзамен не предусмотрен».

Раздел 9. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценочные средства включают фонды оценочных средств по дисциплинам, практикам и фонд оценочных средств итоговой аттестации (ФОС ГИА).

Демонстрационные варианты фондов оценочных средств размещаются в электронной информационно-образовательной среде КемГУ (доступ авторизованный).

Приложение Д-1. ФОС по дисциплинам.

Приложение Д-2. ФОС по практикам.

Приложение Д-3. ФОС ГИА.

Методические материалы включают:

– Методические рекомендации по выполнению выпускной квалификационной работы магистра

Приложение Е.

Раздел 10. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

10.1. Кадровое обеспечение образовательной программы

Реализация программы магистратуры обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками КемГУ, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях гражданско-правового договора.

Кадровый потенциал, обеспечивающий реализацию программы магистратуры, соответствует требованиям к наличию и квалификации научно-педагогических работников, установленных ФГОС ВО по данному направлению подготовки / специальности.

10.2. Материально-техническое обеспечение образовательной программы

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КемГУ.

Примечание: Обязательно перечень лицензионного программного обеспечения и т.д.

10.3. Учебно-методическое обеспечение образовательной программы

Примечание: Обязательно перечень и состав профессиональных баз данных и информационных систем и т.д.

10.4. Условия для обеспечения образовательного процесса лиц с ОВЗ

10.4.1. Особенности организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основе образовательных программ, адаптированных для обучения указанных обучающихся с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В КемГУ созданы специальные условия для обучения по данной образовательной программе, включающие специальные технические средства обучения, методы обучения, обеспечение доступа в учебные корпуса университета, по запросу обучающегося предоставляются услуги ассистента.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается институтом адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья.

На официальном сайте КемГУ (<https://kemsu.ru>) разработана страница по инклюзивному образованию.

Раздел 11. ТРЕБОВАНИЯ К ПРИМЕНЯЕМЫМ МЕХАНИЗМАМ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОГРАММЕ

Качество подготовки обучающихся по образовательной программе определяется в рамках системы внутренней оценки и внешней оценки.

При проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности (текущего контроля и промежуточной аттестации) Кемеровский государственный университет привлекает работодателей.

Внешняя оценка качества осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по данной программе требованиям

федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и с учетом Примерной основной образовательной программы.

Раздел 12. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ

12.1. Перечень методов, средств обучения и образовательных технологий (с краткой характеристикой):

№ п/п	Наименование образовательной технологии	Краткая характеристика
1	2	3
1.	Проблемное обучение	Поисковые методы, постановка познавательных задач с учетом индивидуального социального опыта и особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
2.	Концентрированное обучение	методы, учитывающие динамику и уровень работоспособности обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
3.	Модульное обучение	Индивидуальные методы обучения: индивидуальный темп и график обучения с учетом уровня базовой подготовки обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
4.	Дифференцированное обучение	Методы индивидуального личностно ориентированного обучения с учетом ограниченных возможностей здоровья и личностных психолого-физиологических особенностей
5.	Социально-активное, интерактивное обучение	Методы социально-активного обучения, тренинговые, дискуссионные, игровые методы с учетом социального опыта обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Раздел 13. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ И ЭКСПЕРТОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Ответственный за разработку ОП:

Фамилия, имя, отчество	Учёная степень, ученое звание	Должность	Контактная информация (служебный адрес электронной почты и/ или служебный телефон)
Ким Л.Г.	Доктор филологических наук, доцент	Директор института филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций	dekanat-filol@kemsu.ru телефон/факс (3842) 58-27-45
Рагимова Ф.С.	Кандидат филологических наук, доцент	Доцент кафедры журналистики и русской литературы XX века	dekanat-filol@kemsu.ru телефон/факс (3842) 58-27-45

Внешний эксперт:

Фамилия, имя, отчество	Должность	Организация, предприятие	Контактная информация (служебный адрес электронной почты и/ или служебный телефон)
Андреев Андрей Владимирович	Директор филиала федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Кузбасс»	г. Кемерово, филиал федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Кузбасс»	650036, г. Кемерово, ул. Телецентр,3. Телефон: 8 (3842) 54-33-19.

Приложение к п. 3.2.2

Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы высшего образования

по направлению подготовки / специальности: 42.04.02 Журналистика

(код, наименование)

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень квалификации
<i>Редактор средств массовой информации</i>	<i>A</i>	<i>Работа над содержанием публикаций СМИ</i>	<i>6</i>	<i>Выбор темы публикации (разработка сценариев)</i>	<i>A/01.6</i>	<i>6</i>
				<i>Подготовка к публикации собственных материалов (работа в эфире)</i>	<i>A/02.6</i>	<i>6</i>
				<i>Отбор авторских материалов для публикации</i>	<i>A/03.6</i>	<i>6</i>
				<i>Редактирование материалов</i>	<i>A/04.6</i>	<i>6</i>
	<i>B</i>	<i>Организация работы подразделения СМИ</i>	<i>7</i>	<i>Разработка концепции авторских проектов</i>	<i>B/01.7</i>	<i>7</i>
				<i>Планирование и координация деятельности подразделения</i>	<i>B/02.7</i>	<i>7</i>
				<i>Анализ результатов деятельности подразделения</i>	<i>B/03.7</i>	<i>7</i>
				<i>Установление и поддержание контактов с внешней средой</i>	<i>B/04.7</i>	<i>7</i>