

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 24.04.2024 17:13:13
Уникальный идентификатор:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7402d1

Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Теория массовых коммуникаций

основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки

Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Цифровые коммуникации и новые медиа

1. Цели изучения дисциплины (модуля)

Дисциплина «теории массовой коммуникации» имеет своей целью формирование у магистров системного представления о теоретических подходах и концепциях массовой коммуникации, ее базовых институтах и процессах.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Теория массовых коммуникаций» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана

3. Результаты освоения дисциплины (модуля): формируемые компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Знать УК-1. 3.1.1. Знает методы описания сути проблемной ситуации	Знает: основные концепции коммуникации, массовых коммуникаций, модели, методы, способы и инструменты (УК-1. 3.1.1.)
	Уметь УК-1 У.1.1 Выявляет составляющие проблемной ситуации и связей между ними	Умеет: выявлять составляющие проблемной ситуации. Аргументированно выявлять связи между ними. (УК-1 У.1.1)
	Владеть УК-1 В.1.1 Умеет выбирать методы критического анализа, адекватных проблемной ситуации	Владеет: методами критического анализа в соответствии с проблемами, основными исследовательскими методами. Демонстрирует способность к адаптации результатов научных исследований для решения профессиональных задач (УК-1 В.1.1.)
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения	Знать ОПК-4. 3.4.1. Знает маркетинговые технологии изучения аудитории	Знает: Маркетинговые технологии изучения аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4.3.4.1. 1)
	Уметь ОПК-4. У.4.1.1 Интерпретирует данные социологических	Умеет: Проводить научные исследования в области коммуникативистики, владеет

спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	основными исследовательскими методами, осознает необходимость приобретения навыков в данной области (ОПК-4. У.4.1.1)
	Владеть ОПК-4. В.4.1.1 Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов	Владеет: Пониманием базовых и прикладных моделей коммуникации; основами управления коммуникативными процессами, методами анализа массовой коммуникации. (ОПК-4. В.4.1.1)

4. Общая трудоемкость дисциплины(модуля)

составляет 3 зачетные единицы, 108 часов

5. Форма промежуточной аттестации

очная форма обучения: экзамен - 1 семестр.

заочная форма обучения: экзамен - 1 семестр.

Рабочую программу разработали

В.Л. Моложавенко профессор кафедры МиМУ, д-р пед наук, доцент

Заведующий кафедрой
маркетинга и муниципального управления



М.Л. Белоножко