АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Информационная политика СМИ

По направлению подготовки: 42.03.03 «Издательское дело»
Профиль: «Медийные технологии»
Квалификация выпускника: Бакалавр
Выпускающая кафедра: ИППФМ
Кафедра-разработчик рабочей программы: «Инновационного предпринимательства, права и финансового менеджмента»

1. Цели освоения дисциплины

а) ознакомить студентов с основными проблемами информационной политики современных СМИ;
б) научить будущих специалистов устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со СМИ, издательствами, общественными и властными структурами;
г) обучение методам разработки концепции, модели, проекта издания, навыкам формирования конкретных изданий;
д) привить студентам профессионально-этические правила и нормы в редакционной политике СМИ.

Содержание дисциплины «Информационная политика СМИ»

Раздел 1 Массмедиа в системе отношений общества и власти
Государственная информационная политика в России: особенности и перспективы развития
Информационная среда, информационное пространство, информационные источники
Типология информационных ресурсов и методология получения информации
СМИ и общественное мнение
Правовые и этические основы в сфере СМИ
Раздел 2 Формирование информационной политики СМИ и формы ее реализации
Составляющие информационной политики: аудиторная ориентация и способы взаимодействия с другими СМИ
Выбор идейно-творческой концепции конкретного СМИ
Способ реализации информационной политики: сбалансированность представления фактов и мнений, пропаганда, агитация, контрпропаганда
Формы реализации информационной политики: рубриковые передачи и материалы; организация кампаний.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:
а) основные понятия курса (терминологический минимум);
б) составляющие информационной политики и формы ее реализации;
в) общеобязательные нормы государственной политики в области МСИ.

Уметь:
а) принимать участие в информационном обеспечении реализуемых проектов;
б) формулировать общественную позицию, отношение к событиям и процессам, которые происходят в различных сферах жизни общества – политике, экономике, культуре и др.;
в) грамотно пользоваться информацией в профессиональной среде.

Владеть:
а) навыками работы со СМИ, издательствами, общественными и властными структурами;
б) методикой сбора материала, систематизации, обработки, анализа, проверки информации;

в) моделированием концепции информационной политики издания, проекта медиапродукта.

Зав.каф. ИППФМ  Гарафиев И.З.