Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ледовик Татьяна Сергеевна
Должность: ректор
Дата подписания: 23.10.2023 15:14:58
Уникальный программный ключ:
5bc4499c8c52d1513eb28ea155cce32285775eeb

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "ИНСТИТУТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ КАВКАЗА"

УТВЕРЖДАЮ
ректор

_____

_____

Семиотика медиасферы

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Кафедра Журналистики**

Учебный план z42.03.02_Журналистика_год набора 2023_ЗФО.plx
42.03.02 Журналистика

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Программу составил(и):

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	5		Итого	
Вид занятий	УП	РП		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Промежуточная аттестация	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12,3	12,3	12,3	12,3
Сам. работа	122,7	122,7	122,7	122,7
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	1.1 Цель освоения дисциплины
1.2	Расширить и углубить знания студентов в области, связанной с функционированием
1.3	журналистики как знакового, социального и эстетического феномена.
1.4	1.2 Задачи дисциплины
1.5	- изучить историческое развитие семиотики как науки;
1.6	- адекватно применять базовый понятийный аппарат;
1.7	- сформировать устойчивые навыки применения научно-теоретических и историко-культурных знаний в медиадеятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Язык масс-медиа
2.1.2	Творческая деятельность журналиста
2.1.3	Работа в творческой студии
2.1.4	Стилистика и литературное редактирование
2.1.5	
2.1.6	Организация работы редакции СМИ
2.1.7	
2.1.8	Основы теле- радиожурналистики
2.1.9	Правовое регулирование СМИ
2.1.10	Профессиональная этика
2.1.11	Профессионально-творческая практика
2.1.12	Государственный и политический маркетинг в СМИ
2.1.13	Разработка и производство информационного продукта
2.1.14	Информационное пространство региона
2.1.15	Профессионально-ознакомительная практика Часть 2
2.1.16	Региональные медиосистемы
2.1.17	Учебная практика
2.1.18	Мировая литература и медиа
2.1.19	Профессионально-ознакомительная практика Часть 1
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Фактуальные основы медиатекста
2.2.2	Дата-журналистика и рерайтинг
2.2.3	Организация работы редакции СМИ
2.2.4	
2.2.5	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.6	Преддипломная практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-5.1: Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах

Знать:

тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах

Уметь:

развивать медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах

Владеть:

знаниями о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические

механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах

ОПК-5.2: Умеет исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона
Знать:
тенденции развития медиакоммуникационных систем региона
Уметь:
исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона
Владеть:
навыками для развития медиакоммуникационных систем региона

ОПК-5.3: Владеет навыками применения правовых и этических норм профессиональной деятельности
Знать:
применения правовых и этических норм профессиональной деятельности
Уметь:
примененять правовых и этических норм профессиональной деятельности
Владеть:
навыками применения правовых и этических норм профессиональной деятельности

ОПК-1.1: Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем
Знать:
потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем
Уметь:
понимать потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем
Владеть:
знаниями о потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем

ОПК-1.2: Умеет создавать востребованные обществом и индустриеймедиатексты и (или) медиапродуктв (коммуникационные продукты)
Знать:
востребованные обществом и индустриеймедиатексты и (или) медиапродуктв (коммуникационные продукты)
Уметь:
создавать востребованные обществом и индустриеймедиатексты и (или) медиапродуктв (коммуникационные продукты)
Владеть:
знаниями востребованные обществом и индустриеймедиатексты и (или) медиапродуктв (коммуникационные продукты)

ОПК-1.3: Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов)
Знать:
нормы русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов)
Уметь:
пользоваться нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов)
Владеть:
знаниями о нормах русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах	
тенденции развития медиакоммуникационных систем региона	
применения правовых и этических норм профессиональной деятельности	
потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем	

восстребованные обществом и индустриеймедиатексты и (или) медиапродуктв (коммуникационные продукты)	
нормы русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов)	
3.2	**Уметь:**
развивать медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах	
исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона	
примененять правовых и этических норм профессиональной деятельности	
понимать потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем	
создавать восстребованные обществом и индустриеймедиатексты и (или) медиапродуктв (коммуникационные продукты)	
пользоваться нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов)	
3.3	**Владеть:**
знаниями о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах	
навыками для развития медиакоммуникационных систем региона	
навыками применения правовых и этических норм профессиональной деятельности	
знаниями о потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем	
знаниями восстребованные обществом и индустриеймедиатексты и (или) медиапродуктв (коммуникационные продукты)	
знаниями о нормах русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов)	