

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Профессионально-творческий практикум» относится к базовой части дисциплин (Б1.Б.25) учебного плана по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика», профиль «Мультимедийная журналистика», в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 академических часов. Учебным планом предусмотрены, практические занятия - 108 часов (в том числе с использованием МАО - 72 часа), самостоятельная работа студента - 153 часа, включая 27 часов на подготовку к экзамену. Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5-6 семестре.

В результате изучения курса обучающиеся должны научиться редактировать журналистские материалы, научиться понимать специфику журналистского текста, его содержательное и структурно-композиционное своеобразие, уметь также готовить журналистские материалы, используя адекватные языковые средства, выстраивать логическую структуру текста и формулировать выводы, пользоваться приемами композиционного монтажа, знать нормы современного русского литературного языка и культуры речи, владеть письменной речью.

Содержание дисциплины логически взаимосвязано с другими дисциплинами: «Основы теории журналистики», «Основы фотодела в журналистике», «Основы журналистской деятельности», «Рекламные технологии средств массовой информации», «Технология интервью», «Практический курс русского языка и культура речи».

Целью дисциплины является обучение успешному применению знаний в области основных этапов возникновения, становления и развития концепции "нового журнализма", жанровой и типологической характеристики журналистских произведений, а так же обеспечение будущих

журналистов знаниями и навыками, необходимыми в их деятельности с учетом современных требований к работе в СМИ.

Задачами курса является:

- обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы в изданиях разных видов и типов;
- изучение студентами функций, задач, принципов работы журналиста, закономерностей и правовых норм журналистики; принципов организации работы в редакционном коллективе;
- развитие навыков в области сбора, аналитики, обработки и размещения информации;
- формирование основы для прикладного применения полученных знаний при работе в издании.

Предварительные компетенции:

Знать основные положения и концепции в области теории и истории журналистики и литературы.

Уметь проводить под научным руководством локальные исследования на основе существующих методик в конкретной узкой области журналистского и филологического знания.

Владеть основными методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на основном изучаемом языке

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

| Код и формулировка компетенции | Этапы формирования компетенции | |
|---|---------------------------------------|--|
| ОК-3 Способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности | Знает | специфику медиа-бизнеса и СМИ как товара, формы предприятий и источники их финансирования, структуру и задачи бизнес-плана; основные понятия маркетинга и маркетинговой коммуникации, принципы и этапы построения маркетинговой стратегии, а также брэндинга применительно к СМИ; основные понятия менеджмента, его функции и методы; принципы |

| | | |
|---|---------|--|
| | | финансового управления и методы экономического анализа деятельности предприятия в сфере периодической печати, аудиовизуальных и электронных СМИ. |
| | Умеет | составлять концепцию бизнес-плана редакции и стратегию маркетинга и брэндинга для СМИ; проводить анализ рынка, планировать подписные и рекламные кампании, систему распространения СМИ; читать баланс и иную отчетность предприятия, анализировать основные показатели хозяйственной деятельности; рассчитывать варианты безубыточной работы СМИ, определять критический объем производства и точку безубыточности. |
| | Владеет | понятиями и терминами, связанными с функционированием экономической инфраструктуры журналистики; навыками решения простейших задач, связанных с укреплением экономической базы своего периодического издания; навыками управленческой работы в должности руководителя редакционного коллектива; навыками планирования редакционного бюджета; навыками ведения переговоров с рекламодателями. Владеет навыками применения правовых знаний в текущей журналистской и редакторской деятельности. |
| <p>ОПК-11</p> <p>Способность учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности средств массовой информации, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций средств массовой информации, основы медиаменеджмента</p> | Знает | <p>основные принципы разработки концепции медиапроекта; характер организаторской работы журналиста; структуру редакции, профессиональные обязанности главного редактора, ответственного секретаря, корреспондента, оператора, звукорежиссера, монтажера; базовые категории экономической теории; сущность проблемы выбора и кривой производственных возможностей; понятие альтернативных издержек и закон их возрастания;</p> <p>- специфику журналистской деятельности в условиях рынка и отдельного СМИ как предприятия; специфику журналистской информации как информационного продукта и особенности медиапродуктов на рынке СМИ; менеджмент и</p> |

| | | |
|--|---------|--|
| | | организация работы редакции; экономические основы труда журналиста; стратегию распространения СМИ; структуру бизнес-плана СМИ. |
| | Умеет | предпринимать необходимые профессиональные действия для осуществления организаторской деятельности; использовать кривую производственных возможностей при анализе экономических явлений и процессов; грамотно формулировать и аргументировать свою позицию по проблемам эффективности экономических систем; ориентироваться в системе редакционного маркетинга, формах управления СМИ как предприятием, в особенностях рекламной деятельности и деятельности в области связей с общественностью как в коммерческих видах деятельности СМИ. |
| | Владеет | навыками в области маркетинговых исследований СМИ, а также в области менеджмента СМИ современной России; приемами и методиками продвижения медиапродукта на рынок; методами организации медиабизнеса, методами составления бюджета СМИ; возможностями укрепления финансовой базы СМИ. |
| ОПК-14 Способность базироваться на знании особенностей массовой информации, содержательной и структурно-композиционной специфики журналистских публикаций, технологии их создания, готовность применять инновационные подходы при создании медиатекстов | Знает | особенности массовой информации, содержательную и структурно-композиционную специфику журналистских публикаций. |
| | Умеет | пользоваться технологиями создания журналистских публикаций, применять инновационные подходы при создании медиатекстов. |
| | Владеет | навыками создания журналистских публикаций с использованием инновационных подходов и технологий. |
| ПК-6 Способность осуществлять текущее планирование деятельности СМИ и собственной работы, | Знает | основные правила и приемы планирования СМИ. |
| | Умеет | использовать навыки коллективного анализа деятельности СМИ и результатов собственной работы. |

| | | |
|--|---------|---|
| участвовать в коллективном анализе деятельности СМИ и анализировать результаты собственной работы (профессиональная рефлексия) | Владеет | методами планирования деятельности СМИ и собственной работы, навыками коллективного анализа деятельности СМИ. |
|--|---------|---|

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Профессиональные творческие студии» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

- Практика-консультация