

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 30.10.2018 08:41:12

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac5da145b4155621a10ee37e19a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 28.05.2018 г., №11

Рабочая программа дисциплины Мифологизация в СМИ и рекламе

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Профиль подготовки: Конвергентная журналистика

Квалификация: бакалавр

Филологический факультет

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	8	8	8	8
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель освоения учебной дисциплины «Мифологизация в СМИ и рекламе» заключается в ознакомлении обучающихся с особенностями современного мифотворчества в СМИ, раскрытии механизмов мифологизации, ведущей к манипулированию общественным сознанием, рассмотрении основных мифологических конструктов, негативных и позитивных сторон данного явления в масс-медийном пространстве. Задачи: на основе анализа исследований по классической и современной мифологии выделить сущностные свойства и функции мифа; определить условия современного мифотворчества и типологию возникающих мифов в СМИ и рекламе; раскрыть механизм социального мифотворчества, обозначить его роль в манипуляции сознанием общества; рассмотреть действие социальных мифов в современном обществе на примере процесса мифотворчества в структуре масс-медийного пространства России.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.1
--------------------	-----------

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

ОПК-8: способностью следовать в профессиональной деятельности основным российским и международным документам по журналистской этике

Знать:

допустимые и неэтичные границы мифотворчества в СМИ;

методы разоблачения мифов посредством СМИ и насаждения мифов в масс-медийном пространстве;

место профессиональной этики и профессиональной морали в структуре журналистики, процессы развития системы этического регулирования СМИ в западной и отечественной практике, специфику ценностного подхода к медиа в рамках аксиологии журналистики.

Уметь:

выбирать мифоконструкты и методики мифотворчества, не нарушающие профессиональной журналистской этики;

распознавать механизмы мифотворчества в рекламной коммуникации;

разбираться в причинах морально-этических проблем и нарушений, связанных с профессиональной журналистской деятельностью

Владеть:

навыками создания текстов, обладающих различными уровнями манипулятивно-воздействия и использующими различные мифологемы;

навыками нравственного поведения современного журналиста, приёмами мониторинга документов, содержащих положения о нормах профессиональной этики

приёмами защиты от негативных манипулятивных тактик мифотворчества в СМИ.

ОПК-21: способностью применять знание основ публич-рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности

Знать:

специфику современной рекламной коммуникации с точки зрения использования практик мифотворчества;

особенности стереотипизации рекламной коммуникации;

актуальные проблемы современной рекламы и ее размещения в СМИ

Уметь:

определять наиболее распространённые тактики мифотворчества в рекламе;

анализировать степень воздействия рекламы на потребителя;

исследовать основные носители рекламы по стратегическим источникам рекламы

Владеть:

навыками создания рекламных текстов, обладающих различными уровнями манипулятивно-воздействия и использующими различные мифологемы;

навыками создания политической рекламы, базирующейся на мифотворчестве;

приёмами защиты от негативных манипулятивных тактик мифотворчества в рекламе.

ПК-2: способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах

Знать:

основные тактики мифотворчества в различных жанрах и типах СМИ;

Уметь:

применять различные тактики мифотворчества, ориентируясь на аудиторию различных жанров и мультимедийных платформ;

Владеть:

навыками написания и создания материалов для различных типов СМИ с применением основных мифоконструктов;