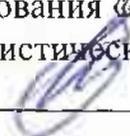


УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«Минский государственный лингвистический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по научной работе учреждения
образования «Минский государственный
лингвистический университет»


_____ Л. А. Тарасевич

« 15 » августа _____ 2023 г.

Регистрационный № УД-244/01/01 уч.

КОРПОРАТИВНЫЕ МЕДИА

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-23 80 09 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации
(с указанием языков)»
Профилизация «Коммуникативный менеджмент»

2023 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования второй ступени по специальности 1-23 80 09 Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (с указанием языков), утвержденного и введенного в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь 26.06.2019 г. № 81, и учебного плана по специальности 1-23 80 09 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации» (с указанием языков) Профилизация «Коммуникативный менеджмент», утвержденного на заседании Совета университета 05.04.2019, регистрационный № 02/24 – 1 уч.

СОСТАВИТЕЛЬ:

М. А. Гладко, доцент кафедры речеведения и теории коммуникации учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», кандидат филологических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

1. И. М. Басовец, доцент кафедры грамматики английского языка учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», кандидат филологических наук, доцент
2. И. И. Ковалевская, заведующий кафедрой межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой речеведения и теории коммуникации учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет» (протокол № 7 от 28.02.2023);

Научно-методическим советом учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет» (протокол № 6 от 15.02.2023).

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Корпоративные медиа» является частью профессиональной подготовки специалистов по межкультурной коммуникации.

Основной целью изучения дисциплины является формирование навыков решать теоретических знаний о системе корпоративных медиа, практических навыков организации и поддержания коммуникации в сетевом формате, создания и управления корпоративными медиапроектами.

Основными задачами изучения учебной дисциплины являются:

а) ознакомление с особенностями корпоративных медиа как типологической группы в системе средств массовой коммуникации, с концепциями и классификациями корпоративных медиа;

б) формирование умений анализировать и интерпретировать текущую практику корпоративных изданий, планировать и разрабатывать контент для корпоративных медиа;

в) совершенствование навыков управления корпоративными медиа.

В системе подготовки специалистов с высшим образованием в соответствии с учебным планом специальности 23 80 09 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (с указанием языков)» Профилизация «Коммуникативный менеджмент» учебная дисциплина «Корпоративные медиа» является дисциплиной компонента учреждения образования.

В общей системе профессиональной подготовки магистрантов содержание учебной дисциплины «Корпоративные медиа» базируется на знании учебных дисциплин: «Стратегии коммуникативной деятельности в информационном пространстве».

Знание учебной дисциплины «Корпоративные медиа» необходимо для изучения следующих учебных дисциплин: «Стратегический менеджмент и лидерство», «Теория и практика организационной коммуникации».

В результате изучения учебной дисциплины «Корпоративные медиа» студенты должны *знать*:

знать:

- основные понятия сферы корпоративных медиа;
- общие тенденции и закономерности развития корпоративных медиа;
- базовые принципы формирования медиасистем, тематическое и жанровое разнообразие корпоративных медиа;
- коммуникативные технологии и методы создания медиаконтента;
- основы построения информационного контента корпоративных медиапроектов;

уметь:

- определять типологические характеристики корпоративных медиа;

- выявлять особенности и проблемы национальных и зарубежных медиамodelей;
- предлагать способы их решения с учетом критериев эффективности;
- разрабатывать концепции корпоративных медиа с учетом целей и задач организации и осуществлять управление корпоративными медиапроектами;

владеть:

- принципами и правилами выбора типа, каналов и средств коммуникации при создании корпоративного медиа;
- навыками применения важнейших инновационных практик в сфере массмедиа в процессе своей профессиональной деятельности;
- практическими навыками и коммуникативными технологиями создания корпоративного издания.

В соответствии с образовательным стандартом по специальности 1-23 80 09 Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (с указанием языков) изучение учебной дисциплины должно обеспечить формирование следующих компетенций:

универсальных:

Обеспечивать коммуникации, проявлять лидерские навыки, быть способным к командообразованию и разработке стратегических целей и задач.

специальных:

Решать инновационные задачи в процессе внутриорганизационной коммуникации.

Содержание учебной дисциплины, формы контроля и технологии обучения направлены не только на приобретение обучающимися теоретических знаний, практических умений и навыков, необходимых для освоения специальности, но и на развитие ценностно-личностного, духовного потенциала обучающихся, формирование у них гражданско-патриотических качеств, готовности к активному участию в экономической, социально-культурной и общественной жизни страны.

В соответствии с учебным планом по специальности 23 80 09 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (с указанием языков)» профилизации «Коммуникативный менеджмент» общее количество часов, отводимое на изучение учебной дисциплины «Корпоративные медиа», составляет 90 академических часа, из которых количество аудиторных часов предусмотрено в объеме 40 часов (26 часа лекционных и 16 часов семинарских занятий). Самостоятельная работа студентов планируется в объеме 50 академических часа.

Учебная дисциплина изучается на протяжении одного семестра. Formой промежуточной аттестации по учебной дисциплине является зачет по окончании I семестра. Трудоемкость учебной дисциплины «Корпоративные медиа» составляет 3 зачетные единицы.

Форма получения высшего образования – очная.