

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«Минский государственный лингвистический университет»

УТВЕРЖДАЮ

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


_____ Е.П.Бетенья

« 28 » февраля 2024 г.

Регистрационный № УД- 674/02/08- Ш/уч

КОРПОРАТИВНЫЕ МЕДИА

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности

7-06-0231-04 «Лингвистическое обеспечение межкультурной
коммуникации (с указанием языков)»

Профилизация «Коммуникативный менеджмент»

2024 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта углубленного высшего образования по специальности 7-06-0231-04 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (с указанием языков)», утвержденного и введенного в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 28.07.2023 № 210, и учебного плана по специальности 7-06-0231-04 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (с указанием языков)»

СОСТАВИТЕЛЬ:

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

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой речеведения и теории коммуникации учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет» (протокол №6 от 24.01.2024);

Научно-методическим советом учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет» (протокол № 4 от 28.02.2024).

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

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

Основной целью изучения дисциплины является формирование навыков решать освоение 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 магистров в соответствии с учебным планом специальности 7-06-0231-04 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (с указанием языков)» учебная дисциплина «Корпоративные медиа» является дисциплиной компонента учреждения образования.

Знание учебной дисциплины «Корпоративные медиа» необходимо для изучения учебных дисциплин «Стратегии коммуникативной деятельности в информационном пространстве», «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 углубленного высшего образования по специальности 7-06-0231-04 «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 специальности 7-06-0231-04 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (с указанием языков)» общее количество часов, отводимое на изучение учебной дисциплины «Корпоративные медиа», составляет 90 академических часов, 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. Формой 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.