Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Медиа коммуникации и дизайн в рекламе

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Блок:	**Блок 1 «Дисциплины (модули)»**
Часть образовательной программы:	**Обязательная**
№ дисциплины по учебному плану:	**Б1.О.15**
Трудоемкость в зачетных единицах:	**2 семестр - 2; 3 семестр - 4; 4 семестр - 4; всего - 10**
Часов (всего) по учебному плану:	**360 часов**
Лекции	**2 семестр - 16 часов; 3 семестр - 32 часа; 4 семестр - 32 часа; всего - 80 часов**
Практические занятия	**2 семестр - 16 часов; 3 семестр - 32 часа; 4 семестр - 32 часа; всего - 80 часов**
Лабораторные работы	**не предусмотрено учебным планом**
Консультации	**3 семестр - 2 часа; 4 семестр - 2 часа; всего - 4 часа**
Самостоятельная работа	**2 семестр - 39,7 часа; 3 семестр - 77,5 часа; 4 семестр - 77,5 часа; всего - 194,7 часа**
в том числе на КП/КР	**не предусмотрено учебным планом**
Иная контактная работа	**проводится в рамках часов аудиторных занятий**
включая: Реферат Контрольная работа	
Промежуточная аттестация:	
Зачет Экзамен Экзамен	**2 семестр - 0,3 часа; 3 семестр - 0,5 часа; 4 семестр - 0,5 часа; всего - 1,3 часа**

Москва 2025

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» Сведения о владельце ЦЭП МЭИ Владелец: Телегина И.Л. Идентификатор: Rde166e8d-TeleginaIL-6e52162c	И.Л. Телегина

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» Сведения о владельце ЦЭП МЭИ Владелец: Курилов С.Н. Идентификатор: R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde	С.Н. Курилов
Заведующий выпускающей кафедрой	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» Сведения о владельце ЦЭП МЭИ Владелец: Курилов С.Н. Идентификатор: R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde	С.Н. Курилов

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: Формирование у студентов представления о системе СМИ, ее структуре, специфике видов СМИ, жанров, особенностях функционирования журналистов различной специализации, показать роль и место массовой информации в системе современной коммуникации и, прежде всего, в практике связей с общественностью; дать знания по теории и истории ведущих отечественных и зарубежных средств массовой информации, закономерностях функционирования журналистики в России и за рубежом, познакомить их с правилами создания телевизионного и радиосценария, а также привить практические навыки подготовки журналистских текстов, оценки их качества, научить созданию информационных, информационно-аналитических, аналитических и художественно-публицистических произведений и реализации их в повседневной деятельности специалиста по связям с общественностью применительно к определённым PR-ситуациям и задачам..

Задачи дисциплины

- –научить студентов пользоваться различными информационными источниками, сетью и способами информирования журналистов,;
- –привить навыки работы с текстом во всех его жанровых разновидностях,;
- –научить ориентироваться в технических средствах массовой коммуникации;
- раскрыть потенциал традиционных и новых видов СМИ для связей с общественностью;
- ознакомить студентов с нормативно-правовой базой регулирования деятельности СМИ;
- научить студентов базовым приёмам анализа СМИ;
- ознакомить студентов с историческими этапами зарождения и развития видов СМИ;
- способствовать развитию культуры мышления;
- способствовать выработке навыков многогранного, разностороннего, комплексного рассмотрения теоретических и практических проблем в русле.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИД-$З_{ОПК-4}$ Демонстрирует умения по составлению корректных ответов на запросы общественности, поступающие в коммерческие и некоммерческие организации, а также в органы власти с учетом специфики их деятельности	знать: - владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения. уметь: - создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы.
ОПК-6 Способен к поиску новой информации, ее анализу и оценки в условиях современной информационной культуры и цифровой экономики с использованием цифровых средств и учетом требований информационной	ИД-$1_{ОПК-6}$ Демонстрирует знания информационно-коммуникационных технологий, используемых в рекламных и PR-коммуникациях	знать: - историю появления и развития массовой информации, требования к ней, основные отличительные черты, специфику основных медианосителей (включая некоторые технические моменты). уметь: - сознавать опасности и угрозы, возникающие в процессе

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
безопасности, этических и правовых норм		профессиональной деятельности, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны.
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИД-2$_{ОПК-7}$ Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности	знать: - о развитии прессы, становлении отечественного радио- и телевещания, основных этапах развитии журналистики, о теоретических и практических аспектах журналистской деятельности; о современных СМИ и их типологиях; об основных процессах и тенденциях на российском рынке периодической печати, радио, телевидения, Интернете. уметь: - умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Медиа коммуникации и дизайн в рекламе (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Требования к входным знаниям и умениям:

- знать основы журналистики
- знать приемы, методы и правила написания журналистских текстов разной тематики и направленности
- знать особенности бытования журналистики в современном мире
- знать социально-экономические и культурные аспекты деятельности в сфере маркетинговых коммуникаций
- знать правила оценки качества журналистских текстов и продукции других видов СМИ
- знать особенности современной системы СМИ и других традиционных каналов проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
- знать владение основами культуры речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5)
- знать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества
- знать правила создания основных жанров публицистических текстов в различных видах СМИ
- знать языковые средства и принципы их употребления;
- знать правила выступления перед аудиторией и участия в дискуссии
- уметь учитывать и использовать особенности современной системы СМИ и других традиционных каналов проведения коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)
- уметь осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14)
- уметь использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5)

- уметь сознавать опасности и угрозы, возникающие в процессе профессиональной деятельности, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК- 11)
- уметь под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3)
- уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2)
- уметь создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы
- уметь производить литературное редактирование, копирайтинг (ПК-6)
- уметь осуществлять бренд-менеджмент (ПК-7)
- уметь общаться, устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9)
- уметь создавать информационные, информационно-аналитические, аналитические и художественно-публицистические произведения в повседневной деятельности специалиста по связям с общественностью применительно к определённым PR-ситуациям и задачам (ПК-7)
- уметь использовать языковые средства для продуцирования связных, правильно построенных текстов в устной и письменной форме в соответствии с конкретной задачей
- уметь связно, точно и понятно выражать в устной и письменной форме собственные мысли в соответствии с реальной коммуникативной задачей и соблюдением норм речевого этикета
- уметь выступать перед аудиторией и участвовать в дискуссии
- уметь соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны
- уметь осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта
- уметь владение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 10 зачетных единиц, 360 часов.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания
				Контактная работа								СР		
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль	
							КПР	ГК	ИККП	ТК				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Массовая информация и ее роль в современном мире	38	2	10	-	8	-	-	-	-	-	20	-	***Подготовка к контрольной работе:*** Изучить теоретические аспекты изучаемой темы. Выполнить задание: Найдите в СМИ примеры, отражающие массовый характер текстов и других видов контента СМИ ***Подготовка к аудиторным занятиям:*** Проработка лекции, выполнение и подготовка к анализу продукции СМИ ***Подготовка доклада, выступления:*** Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются темы для рефератов. ***Подготовка к практическим занятиям:*** Задания ориентированы на решения минизадач по разделу "Массовая информация и ее роль в современном мире". Студенты необходимо повторить теоретический материал, сформулировать ответы на полученные заранее вопросы, сделать выводы. В качестве задания используются следующие вопросы: Какова роль информации в жизни общества? Опишите научные трактовки понятия
1.1	Информационное общество и место и роль СМИ в нём	9		3	-	2	-	-	-	-	-	4	-	
1.2	Средства массовой коммуникации и СМИ	9		3	-	2	-	-	-	-	-	4	-	
1.3	Правовые аспекты регулирования деятельности СМИ	10		2	-	2	-	-	-	-	-	6	-	
1.4	Современные медиа в системе социальных институтов	10		2	-	2	-	-	-	-	-	6	-	

														«информация». Что такое информационные потребности? Информационная культура: назовите основные понятия. Каковы способы освоения информационной среды? В чем состоит информационное взаимодействие СМИ и аудитории? Дайте определение термину «информация» Укажите особенности массовой информации Дайте характеристику понятию «массовая аудитория» ***Подготовка реферата:*** В рамках реферативной части студенту необходим провести обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой реферата, подготовить презентацию для выступления по результатам работы на семинарском занятии. В качестве тем реферата студенту предлагаются следующие варианты: 1. Методы сбора и анализа информации в журналистике и PR. 2. Роль PR-служб и управлений по связям с общественностью в формировании корпоративной культуры. 3. Оценка эффективности PR-текстов (на примере мероприятия или организации). 4. Деловая переписка и переговоры как форма PR-деятельности организации. 5. Работа пресс-служб со средствами массовой информации. 6. Структура и содержание рекламных материалов. 7. Функциональные разновидности современного языка (разговорный, научный, публицистический, официально-деловой стили) и их использование в PR-деятельности. 8. Система жанров PR-текстов. 9. Спичрайтинг в PR-деятельности. 10. Роль корпоративных изданий в PR-деятельности. 11. Использование информационных ресурсов Интернета в PR- деятельности. 12. Речевые обороты (тропы), стилистические фигуры в

														рекламных и PR-текстах. 13. Поддержание и информационное сопровождение официального сайта организации. 14. Информационное сопровождение деятельности организации (на примере компании). 15. Статья как жанр PR-текста. Виды, технология создания, примеры. 16. Интервью как жанр PR-текста. Виды, технология создания, примеры. 17. Аккредитация представителей СМИ: виды, правовое регулирование, проблемы. 18. Роль цвета и фотографии в оформлении рекламного текста. 19. Торжественные PR-тексты: приветствия, тосты, речи (на выбор): структура, особенности использования лексики и синтаксических конструкций. 20. Региональный рынок СМИ: тенденции, динамика и проблемы развития. 21. Невербальная коммуникация как составляющая часть публичного выступления. 22. Современные онлайновые издания (на примере). 23. Основные формы подачи информационно-новостных материалов. 24. Служебные документы и деловая переписка как часть PR-деятельности. 25. Работа над буклетом, проспектом, брошюрой (на выбор): информационное и иллюстративное наполнение. ***<u>Подготовка домашнего задания:</u>*** Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Массовая информация и ее роль в современном мире" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по

														представленным письменным работам. ***<u>Изучение материалов литературных источников:</u>*** [2], 350-425 [6], 45-90 [7], 250-316 [11], 15-30
2	Возникновение и развитие СМИ. СМИ на современном этапе	33.7		6	-	8	-	-	-	-	-	19.7	-	***<u>Подготовка к текущему контролю:</u>*** Повторение материала по разделу "Возникновение и развитие СМИ. СМИ на современном этапе" ***<u>Проведение исследований:</u>*** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующие материалы: ***<u>Подготовка расчетно-графического задания:</u>*** В рамках расчетно-графического задания выполняется чертеж конструкции. Для выполнения чертежей выполняются предварительные расчеты основных показателей, которые указываются на чертеже. Задание выполняется индивидуально по вариантам. В качестве тем задания применяются следующие: ***<u>Подготовка курсового проекта:</u>*** Курсовой проект выполняется по индивидуальному заданию. В рамках работы необходимо рассчитать основные показатели работы оборудования, выбрать оптимальное решение. Курсовой проект предусматривает пояснительную записку с расчетами и графическую часть. В задание входит расчет следующих показателей: ***<u>Подготовка к лабораторной работе:</u>*** Для выполнения заданий по лабораторной работе необходимо предварительно изучить тему и задачи выполнения лабораторной работы, а так же изучить вопросы вариантов обработки результатов по изученному в
2.1	История журналистики	10		2	-	2	-	-	-	-	-	6	-	
2.2	Типология и система современных СМИ.	11		2	-	3	-	-	-	-	-	6	-	
2.3	Современные зарубежные СМИ: общая характеристика	12.7		2	-	3	-	-	-	-	-	7.7	-	

														разделе "Возникновение и развитие СМИ. СМИ на современном этапе" материалу. ***<u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u>*** Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы ***<u>Подготовка домашнего задания:</u>*** Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Возникновение и развитие СМИ. СМИ на современном этапе" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. ***<u>Подготовка доклада, выступления:</u>*** Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты: ***<u>Подготовка к контрольной работе:</u>*** Изучение материалов по разделу Возникновение и развитие СМИ. СМИ на современном этапе и подготовка к контрольной работе ***<u>Подготовка курсовой работы:</u>*** Курсовая работа представлена в виде крупной задачи по учебному кейсу, охватывающей несколько расчетных вопросов и выбор варианта проектного решения. Пример задания: ***<u>Подготовка к практическим занятиям:</u>*** Изучение материала по разделу "Возникновение и развитие СМИ. СМИ на

														современном этапе" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях ***Проведение эксперимента:*** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующее оборудование: ***Самостоятельное изучение теоретического материала:*** Изучение дополнительного материала по разделу "Возникновение и развитие СМИ. СМИ на современном этапе" ***Подготовка расчетных заданий:*** Задания ориентированы на решения минизадач по разделу "Возникновение и развитие СМИ. СМИ на современном этапе". Студенты необходимо повторить теоретический материал, разобрать примеры решения аналогичных задач. провести расчеты по варианту задания и сделать выводы. В качестве задания используются следующие упражнения: ***Подготовка реферата:*** В рамках реферативной части студенту необходим провести обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой реферата, подготовить презентацию для выступления по результатам работы на семинарском занятии. В качестве тем реферата студенту предлагаются следующие варианты: ***Изучение материалов литературных источников:*** [9], 50-78 [11], 45-80 [14], 15-30
	Зачет	0.3		-	-	-	-	-	-	-	0.3	-	-	
	Всего за семестр	**72.0**		**16**	**-**	**16**	**-**	**-**	**-**	**-**	**0.3**	**39.7**	**-**	
	Итого за семестр	**72.0**		**16**	**-**	**16**	**-**		**-**		**0.3**	**39.7**		

3	Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью. Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства массовой коммуникации.	48	3	16	-	16	-	-	-	-	-	16	-	***Подготовка к текущему контролю:*** Повторение материала по разделу "Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью. Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства массовой коммуникации." ***Проведение исследований:*** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующие материалы: ***Подготовка расчетно-графического задания:*** В рамках расчетно-графического задания выполняется чертеж конструкции. Для выполнения чертежей выполняются предварительные расчеты основных показателей, которые указываются на чертеже. Задание выполняется индивидуально по вариантам. В качестве тем задания применяются следующие: ***Подготовка курсового проекта:*** Курсовой проект выполняется по индивидуальному заданию. В рамках работы необходимо рассчитать основные показатели работы оборудования, выбрать оптимальное решение. Курсовой проект предусматривает пояснительную записку с расчетами и графическую часть. В задание входит расчет следующих показателей: ***Подготовка к лабораторной работе:*** Для выполнения заданий по лабораторной работе необходимо предварительно изучить тему и задачи выполнения лабораторной работы, а так же изучить вопросы вариантов обработки результатов по изученному в разделе "Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью. Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства
3.1	Печатные СМИ	12		4	-	4	-	-	-	-	-	4	-	
3.2	Радио	12		4	-	4	-	-	-	-	-	4	-	
3.3	Телевидение	12		4	-	4	-	-	-	-	-	4	-	
3.4	Онлайн-средства журналистики	12		4	-	4	-	-	-	-	-	4	-	

														массовой коммуникации." материалу. ***<u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u>*** Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы ***<u>Подготовка домашнего задания:</u>*** Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью. Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства массовой коммуникации." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. ***<u>Подготовка доклада, выступления:</u>*** Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты: ***<u>Подготовка к контрольной работе:</u>*** Изучение материалов по разделу Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью. Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства массовой коммуникации. и подготовка к контрольной работе ***<u>Подготовка курсовой работы:</u>*** Курсовая работа представлена в виде крупной задачи по учебному кейсу, охватывающей несколько расчетных вопросов и выбор

														варианта проектного решения. Пример задания: ***<u>Подготовка к практическим занятиям:</u>*** Изучение материала по разделу "Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью. Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства массовой коммуникации." подготовка к выполнению заданий на практических занятиях ***<u>Проведение эксперимента:</u>*** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующее оборудование: ***<u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u>*** Изучение дополнительного материала по разделу "Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью. Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства массовой коммуникации." ***<u>Подготовка расчетных заданий:</u>*** Задания ориентированы на решения минизадач по разделу "Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью. Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства массовой коммуникации.". Студенты необходимо повторить теоретический материал, разобрать примеры решения аналогичных задач. провести расчеты по варианту задания и сделать выводы. В качестве задания используются следующие упражнения: ***<u>Подготовка реферата:</u>*** В рамках реферативной части студенту необходим провести обзор литературных источников по

														выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой реферата, подготовить презентацию для выступления по результатам работы на семинарском занятии. В качестве тем реферата студенту предлагаются следующие варианты: ***Изучение материалов литературных источников:*** [3], 323-410 [9], 15-45 [12], 123-233
4	Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста	60		16	-	16	-	-	-	-	-	28	-	***Подготовка к текущему контролю:*** Повторение материала по разделу "Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста" ***Проведение исследований:*** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующие материалы: ***Подготовка расчетно-графического задания:*** В рамках расчетно-графического задания выполняется чертеж конструкции. Для выполнения чертежей выполняются предварительные расчеты основных показателей, которые указываются на чертеже. Задание выполняется индивидуально по вариантам. В качестве тем задания применяются следующие: ***Подготовка курсового проекта:*** Курсовой проект выполняется по индивидуальному заданию. В рамках работы необходимо рассчитать основные показатели работы оборудования, выбрать оптимальное решение. Курсовой проект предусматривает пояснительную записку с расчетами и графическую часть. В задание входит расчет следующих показателей: ***Подготовка к лабораторной работе:*** Для
4.1	Беседа с ньюсмейкером: формирование практических навыков	12		4	-	4	-	-	-	-	-	4	-	
4.2	Публичное выступление в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика.	12		4	-	4	-	-	-	-	-	4	-	
4.3	Слухи в массовой коммуникации, использование слухов в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика	8		2	-	2	-	-	-	-	-	4	-	
4.4	Чёрный PR в масс-медиа	8		2	-	2	-	-	-	-	-	4	-	
4.5	Переговоры в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика.	10		2	-	2	-	-	-	-	-	6	-	
4.6	Словесная атака и её	10		2	-	2	-	-	-	-	-	6	-	

	отражение в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика. Правила, примеры.													выполнения заданий по лабораторной работе необходимо предварительно изучить тему и задачи выполнения лабораторной работы, а так же изучить вопросы вариантов обработки результатов по изученному в разделе "Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста" материалу. ***<u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u>*** Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы ***<u>Подготовка домашнего задания:</u>*** Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. ***<u>Подготовка доклада, выступления:</u>*** Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты: ***<u>Подготовка к контрольной работе:</u>*** Изучение материалов по разделу Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста и подготовка к контрольной работе ***<u>Подготовка курсовой работы:</u>*** Курсовая работа представлена в виде крупной задачи

														по учебному кейсу, охватывающей несколько расчетных вопросов и выбор варианта проектного решения. Пример задания: ***<u>Подготовка к практическим занятиям:</u>*** Изучение материала по разделу "Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях ***<u>Проведение эксперимента:</u>*** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующее оборудование: ***<u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u>*** Изучение дополнительного материала по разделу "Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста" ***<u>Подготовка расчетных заданий:</u>*** Задания ориентированы на решения минизадач по разделу "Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста". Студенты необходимо повторить теоретический материал, разобрать примеры решения аналогичных задач. провести расчеты по варианту задания и сделать выводы. В качестве задания используются следующие упражнения: ***<u>Подготовка реферата:</u>*** В рамках реферативной части студенту необходим провести обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой реферата, подготовить презентацию для выступления по результатам работы на семинарском занятии. В качестве тем реферата студенту предлагаются следующие варианты:

														Изучение материалов литературных источников: [3], 213-240 [4], 157-211 [5], 78-196 [6], 100-144 [7], 144-178 [8], 94-122 [14], 30-78
	Экзамен	36.0		-	-	-	-	2	-	-	0.5	-	33.5	
	Всего за семестр	**144.0**		**32**	**-**	**32**	**-**	**2**	**-**	**-**	**0.5**	**44**	**33.5**	
	Итого за семестр	**144.0**		**32**	**-**	**32**	**2**		**-**		**0.5**	**77.5**		
5	Психологические аспекты функционирования СМИ	26	4	6	-	8	-	-	-	-	-	12	-	***Подготовка к текущему контролю:*** Повторение материала по разделу "Психологические аспекты функционирования СМИ" ***Проведение исследований:*** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующие материалы: ***Подготовка расчетно-графического задания:*** В рамках расчетно-графического задания выполняется чертеж конструкции. Для выполнения чертежей выполняются предварительные расчеты основных показателей, которые указываются на чертеже. Задание выполняется индивидуально по вариантам. В качестве тем задания применяются следующие: ***Подготовка курсового проекта:*** Курсовой проект выполняется по индивидуальному заданию. В рамках работы необходимо рассчитать основные показатели работы оборудования, выбрать оптимальное решение. Курсовой проект предусматривает пояснительную записку с расчетами и графическую часть. В задание входит расчет следующих показателей: ***Подготовка к лабораторной работе:*** Для
5.1	Нейромаркетинг и масс-медиа	8		2	-	2	-	-	-	-	-	4	-	
5.2	Нейроэкономика и журналистика.	8		2	-	2	-	-	-	-	-	4	-	
5.3	Психологические аспекты информационной безопасности функционирования СМИ как СМК	10		2	-	4	-	-	-	-	-	4	-	

														выполнения заданий по лабораторной работе необходимо предварительно изучить тему и задачи выполнения лабораторной работы, а так же изучить вопросы вариантов обработки результатов по изученному в разделе "Психологические аспекты функционирования СМИ" материалу. ***<u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u>*** Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы ***<u>Подготовка домашнего задания:</u>*** Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Психологические аспекты функционирования СМИ" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. ***<u>Подготовка доклада, выступления:</u>*** Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты: ***<u>Подготовка к контрольной работе:</u>*** Изучение материалов по разделу Психологические аспекты функционирования СМИ и подготовка к контрольной работе ***<u>Подготовка курсовой работы:</u>*** Курсовая работа представлена в виде крупной задачи по учебному кейсу, охватывающей несколько расчетных вопросов и выбор

														варианта проектного решения. Пример задания: ***<u>Подготовка к практическим занятиям:</u>*** Изучение материала по разделу "Психологические аспекты функционирования СМИ" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях ***<u>Проведение эксперимента:</u>*** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующее оборудование: ***<u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u>*** Изучение дополнительного материала по разделу "Психологические аспекты функционирования СМИ" ***<u>Подготовка расчетных заданий:</u>*** Задания ориентированы на решения минизадач по разделу "Психологические аспекты функционирования СМИ". Студенты необходимо повторить теоретический материал, разобрать примеры решения аналогичных задач. провести расчеты по варианту задания и сделать выводы. В качестве задания используются следующие упражнения: ***<u>Подготовка реферата:</u>*** В рамках реферативной части студенту необходим провести обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой реферата, подготовить презентацию для выступления по результатам работы на семинарском занятии. В качестве тем реферата студенту предлагаются следующие варианты: ***<u>Изучение материалов литературных источников:</u>*** [8], 50-79 [15], 35-74

6	Этические аспекты регулирования деятельности СМИ	16		6	-	4	-	-	-	-	-	6	-	***Подготовка к текущему контролю:*** Повторение материала по разделу "Этические аспекты регулирования деятельности СМИ" ***Проведение исследований:*** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующие материалы: ***Подготовка расчетно-графического задания:*** В рамках расчетно-графического задания выполняется чертеж конструкции. Для выполнения чертежей выполняются предварительные расчеты основных показателей, которые указываются на чертеже. Задание выполняется индивидуально по вариантам. В качестве тем задания применяются следующие: ***Подготовка курсового проекта:*** Курсовой проект выполняется по индивидуальному заданию. В рамках работы необходимо рассчитать основные показатели работы оборудования, выбрать оптимальное решение. Курсовой проект предусматривает пояснительную записку с расчетами и графическую часть. В задание входит расчет следующих показателей: ***Подготовка к лабораторной работе:*** Для выполнения заданий по лабораторной работе необходимо предварительно изучить тему и задачи выполнения лабораторной работы, а так же изучить вопросы вариантов обработки результатов по изученному в разделе "Этические аспекты регулирования деятельности СМИ" материалу. ***Подготовка к аудиторным занятиям:*** Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы ***Подготовка домашнего задания:*** Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения
6.1	Профессионально-этические правила и нормы	16		6	-	4	-	-	-	-	-	6	-	

														профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Этические аспекты регулирования деятельности СМИ" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. ***<u>Подготовка доклада, выступления:</u>*** Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты: ***<u>Подготовка к контрольной работе:</u>*** Изучение материалов по разделу Этические аспекты регулирования деятельности СМИ и подготовка к контрольной работе ***<u>Подготовка курсовой работы:</u>*** Курсовая работа представлена в виде крупной задачи по учебному кейсу, охватывающей несколько расчетных вопросов и выбор варианта проектного решения. Пример задания: ***<u>Подготовка к практическим занятиям:</u>*** Изучение материала по разделу "Этические аспекты регулирования деятельности СМИ" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях ***<u>Проведение эксперимента:</u>*** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующее оборудование: ***<u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u>*** Изучение дополнительного материала по разделу

														"Этические аспекты регулирования деятельности СМИ" ***Подготовка расчетных заданий:*** Задания ориентированы на решения минизадач по разделу "Этические аспекты регулирования деятельности СМИ". Студенты необходимо повторить теоретический материал, разобрать примеры решения аналогичных задач. провести расчеты по варианту задания и сделать выводы. В качестве задания используются следующие упражнения: ***Подготовка реферата:*** В рамках реферативной части студенту необходим провести обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой реферата, подготовить презентацию для выступления по результатам работы на семинарском занятии. В качестве тем реферата студенту предлагаются следующие варианты: ***Изучение материалов литературных источников:*** [10], 30-149 [15], 100-130
7	Экономика СМИ	30		8	-	8	-	-	-	-	-	14	-	***Подготовка к текущему контролю:*** Повторение материала по разделу "Экономика СМИ" ***Проведение исследований:*** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующие материалы: ***Подготовка расчетно-графического задания:*** В рамках расчетно-графического задания выполняется чертеж конструкции. Для выполнения чертежей выполняются предварительные расчеты основных показателей, которые указываются на чертеже. Задание выполняется индивидуально по вариантам. В качестве тем
7.1	Средства массовой информации и рынок. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции. Виды СМИ по источникам финансирования	14		4	-	4	-	-	-	-	-	6	-	
7.2	Процессы на медиарынке в условиях трансформации глобального	16		4	-	4	-	-	-	-	-	8	-	

	социального пространства.													задания применяются следующие: ***<u>Подготовка курсового проекта:</u>*** Курсовой проект выполняется по индивидуальному заданию. В рамках работы необходимо рассчитать основные показатели работы оборудования, выбрать оптимальное решение. Курсовой проект предусматривает пояснительную записку с расчетами и графическую часть. В задание входит расчет следующих показателей: ***<u>Подготовка к лабораторной работе:</u>*** Для выполнения заданий по лабораторной работе необходимо предварительно изучить тему и задачи выполнения лабораторной работы, а так же изучить вопросы вариантов обработки результатов по изученному в разделе "Экономика СМИ" материалу. ***<u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u>*** Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы ***<u>Подготовка домашнего задания:</u>*** Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Экономика СМИ" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. ***<u>Подготовка доклада, выступления:</u>*** Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты:

														Подготовка к контрольной работе: Изучение материалов по разделу Экономика СМИ и подготовка к контрольной работе ***Подготовка курсовой работы:*** Курсовая работа представлена в виде крупной задачи по учебному кейсу, охватывающей несколько расчетных вопросов и выбор варианта проектного решения. Пример задания: ***Подготовка к практическим занятиям:*** Изучение материала по разделу "Экономика СМИ" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях ***Проведение эксперимента:*** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующее оборудование: ***Самостоятельное изучение теоретического материала:*** Изучение дополнительного материала по разделу "Экономика СМИ" ***Подготовка расчетных заданий:*** Задания ориентированы на решения минизадач по разделу "Экономика СМИ". Студенты необходимо повторить теоретический материал, разобрать примеры решения аналогичных задач. провести расчеты по варианту задания и сделать выводы. В качестве задания используются следующие упражнения: ***Подготовка реферата:*** В рамках реферативной части студенту необходим провести обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой реферата, подготовить презентацию для выступления по результатам работы на семинарском занятии. В качестве тем реферата студенту предлагаются следующие варианты: ***Изучение материалов литературных***

														источников: [1], 256-312
8	Организация распространения продукции СМИ	36		12	-	12	-	-	-	-	-	12	-	***Подготовка к текущему контролю:*** Повторение материала по разделу "Организация распространения продукции СМИ" ***Проведение исследований:*** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующие материалы: ***Подготовка расчетно-графического задания:*** В рамках расчетно-графического задания выполняется чертеж конструкции. Для выполнения чертежей выполняются предварительные расчеты основных показателей, которые указываются на чертеже. Задание выполняется индивидуально по вариантам. В качестве тем задания применяются следующие: ***Подготовка курсового проекта:*** Курсовой проект выполняется по индивидуальному заданию. В рамках работы необходимо рассчитать основные показатели работы оборудования, выбрать оптимальное решение. Курсовой проект предусматривает пояснительную записку с расчетами и графическую часть. В задание входит расчет следующих показателей: ***Подготовка к лабораторной работе:*** Для выполнения заданий по лабораторной работе необходимо предварительно изучить тему и задачи выполнения лабораторной работы, а так же изучить вопросы вариантов обработки результатов по изученному в разделе "Организация распространения продукции СМИ" материалу. ***Подготовка к аудиторным занятиям:*** Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы
8.1	Проблема авторского права применительно к журналистскому контенту	12		4	-	4	-	-	-	-	-	4	-	
8.2	Социокультурные, социально-психологические, этические, организационно-творческие аспекты распространения продукции СМИ	12		4	-	4	-	-	-	-	-	4	-	
8.3	Специфика организации распространения продукции СМИ в Интернете: законодательная база	12		4	-	4	-	-	-	-	-	4	-	

														Подготовка домашнего задания: Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Организация распространения продукции СМИ" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. ***Подготовка доклада, выступления:*** Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты: ***Подготовка к контрольной работе:*** Изучение материалов по разделу Организация распространения продукции СМИ и подготовка к контрольной работе ***Подготовка курсовой работы:*** Курсовая работа представлена в виде крупной задачи по учебному кейсу, охватывающей несколько расчетных вопросов и выбор варианта проектного решения. Пример задания: ***Подготовка к практическим занятиям:*** Изучение материала по разделу "Организация распространения продукции СМИ" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях ***Проведение эксперимента:*** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующее оборудование: ***Самостоятельное изучение***

														теоретического материала: Изучение дополнительного материала по разделу "Организация распространения продукции СМИ" ***Подготовка расчетных заданий:*** Задания ориентированы на решения минизадач по разделу "Организация распространения продукции СМИ". Студенты необходимо повторить теоретический материал, разобрать примеры решения аналогичных задач. провести расчеты по варианту задания и сделать выводы. В качестве задания используются следующие упражнения: ***Подготовка реферата:*** В рамках реферативной части студенту необходим провести обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой реферата, подготовить презентацию для выступления по результатам работы на семинарском занятии. В качестве тем реферата студенту предлагаются следующие варианты: ***Изучение материалов литературных источников:*** [5], 245-290 [13], 220-316
	Экзамен	36.0		-	-	-	-	2	-	-	0.5	-	33.5	
	Всего за семестр	**144.0**		**32**	**-**	**32**	**-**	**2**	**-**	**-**	**0.5**	**44**	**33.5**	
	Итого за семестр	**144.0**		**32**	**-**	**32**	**2**		**-**		**0.5**	**77.5**		
	ИТОГО	**360.0**	**-**	**80**	**-**	**80**	**4**		**-**		**1.3**	**194.7**		

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПР – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. Массовая информация и ее роль в современном мире

1.1. Информационное общество и место и роль СМИ в нём

Понятия информации и массовой информации. Виды информации. Массовая информация: общая характеристика. Массовая информация и ее роль в современном мире. Формы существования и принципы подачи массовой информации. Валюативная информация: общая характеристика. Система ценностей, содержащаяся и отражаемая в контенте СМИ. Дескриптивная информация: общая характеристика. Прескриптивная информация: общая характеристика. Нормативная информация: общая характеристика.. Свойства информации. Факторы потребности человека в информации. Жизненный цикл информации. Информационные ресурсы и информационный потенциал современного общества. Кумулятивный эффект информации. Старение информации. Понятие информационное общество. Концепция инерционных и инновационных систем. Интерактивное общество как принцип инновационной системы. Информация как основной ресурс современности. Переход от постмодерна к информационному обществу. Этапы формирования информационного общества. Новый информационный порядок..

1.2. Средства массовой коммуникации и СМИ

Массовая коммуникация как социальный феномен. Уникальные свойства массовой коммуникации. Понятие и функции СМИ. Место СМИ в СМК. Новые задачи и функции СМИ в эпоху информационного общества. Факторы отбора событий для контента. Типы мышления и виды текста: прагматический, научный, мифологический, гедонистический. Стереотипы в МК и в СМИ. Архетипы в СМК и в СМИ. Уровни мотивации в коммуникации. Аудитория как объект и субъект медиакоммуникации. Потенциал аудитории как массового рынка. Медиа-центры.. Современные средства массовой информации в РФ. Типология и система СМИ. Журналистика как сфера научной и практической деятельности. Теория и методика журналисткой деятельности: общие принципы. Журналист и его источники информации. Профессиональные компетенции журналиста.

1.3. Правовые аспекты регулирования деятельности СМИ

Право граждан на информацию. Право как регулятор общественной жизни общества. Информационное право. Важнейшие составляющие его реализации. Законодательное обеспечение права на информацию. Действующие нормативные документы: Конституция РФ, Федеральное законодательство о СМИ, подзаконные акты и региональное законодательство. Перспективы развития системы права СМИ. Гласность и свобода слова. Политическая и экономическая свобода СМИ. История гласности и цензуры и свобода печати. Гласность и свобода слова. Политическая культура журналиста. Гласность как показатель социального климата в государстве. Свобода печати как результат гласности и законности. Классово-политический подход к свободе печати.. Содержание правовой культуры в СМИ. Правовые основы деятельности СМИ. Конституция России: право на информацию, свобода слова, запрещение цензуры. Самоцензура и цензура в разных типа государственного устройства. Основное содержание Закона РФ "О средствах массовой информации". Законы РФ "О рекламе", "О поддержке районных (городских) газет", "Об авторском праве и смежных правах", "Об информации информатизации и защите информации" и др. Соотношение свободы СМИ и правовой ответственности. Понятие "информационная загрязненность". Доступ к информации. Получение и распространение информации. Приемлемые методы получения информации (на примере России и США). Ответственность СМИ за достоверность. Отношения СМИ с правоохранительными органами. Право на ответ и опровержение.. Доступ журналистов к информации. Аккредитация как важнейший инструмент свободы доступа к информации. Необходимость

аккредитации в современном информационном пространстве. Процедура и практика предоставления аккредитации в РФ и за рубежом. Виды нарушений, связанных с предоставлением аккредитации. Нарушение прав журналистов. Нарушения в деятельности аккредитующей организации. Нарушения, связанные с лишением аккредитации..

1.4. Современные медиа в системе социальных институтов

Современная инфраструктура СМИ. Регулирование и дерегулирование СМИ. Влияние СМИ на политический процесс: формирование национальных стереотипов, современные технологии влияния на массовое сознание в области международных отношений. Национальные системы СМИ.. Журналистика как фактор социального управления. Исторические типы журналистики: общая характеристика. Экономические условия и факторы свободы СМИ. Понятие «четвертая власть». Функции журналистики: общая характеристика. Идеологические функции журналистики. Культурно-образовательные функции журналистики. Рекламно-справочные функции журналистики. Рекреативные функции журналистики.. Политический анализ в журналистике. Социальная позиция журналиста.. Расследовательская журналистика: понятие, цель, задачи, функции. История развития жанра «журналистское расследование» в России и за рубежом. Информационный повод. Источники информации в расследовательской журналистике. Методика проведения журналистского расследования. Возможности применения журналистского расследования в PR и рекламной деятельности.

2. Возникновение и развитие СМИ. СМИ на современном этапе

2.1. История журналистики

Развитие информационных обменов в древности. Пражурналистские и раннежурналистские явления и практики. Раннее развитие прессы. Массовая информация на ранних этапах развития массовой коммуникации. Коммуникативная природа журналистики в различные эпохи и при решении различных социальной-политических, экономических и культурных задач. Развитие прессы в странах Европы. Возникновение газет и журналов. Персональный журнализм. Процесс развития массовой прессы. Возникновение ежедневной политической газеты, ее роль в системе массовой коммуникации, формирование изданий разной тематики и направленности. Отдел информации газеты в разные исторические периоды. Основные этапы развития журналистики в XX веке. История развития российских печатных СМИ в последний период (1990-е - 2000-е гг.).. Технические средства массовой коммуникации. История становления отечественного радио. Развитие радиовещания в ведущих западных странах, основные этапы и тенденции. Российское радио 1990-х - 2000-х. Вклад М.Н.Козырева в становление музыкального радиовещания в России и ближнем зарубежье: радио как фактор развития массовой культуры, PR и рекламы. История появления и развития отечественного телевизионного вещания..

2.2. Типология и система современных СМИ.

Журналистика как сфера научной и практической деятельности. Теория и методика журналисткой деятельности.. Заметка как жанр. Событийная информация на страницах ежедневной газеты, еженедельника, в аудиовизуальных СМИ. Понятие новости. Оперативность и актуальность. Сенсация и сенсационность. Особенности и место заметки на страницах периодической печати, в эфире. Виды заметок. Литературное оформление заметок. Отчет и его жанровые особенности. Методика работы над отчетом. Отчет в современной прессе. Интервью. Особенности и назначение жанра. Виды интервью. Интервью как жанр и как метод сбора информации. Процесс подготовки к беседе с интервьюируемым. Литературная работа над материалами в жанре «интервью». Интервью в современных СМК. Известные мастера популярного жанра. Репортаж. История становления

жанра. Виды репортажа. Композиционно-стилистические особенности репортажа. Возможности жанра. Методика работы над репортажем. Выдающиеся зарубежные и российские репортеры. Репортаж сегодня. Аналитические возможности информационных жанров: отчета, корреспонденции, интервью и других, их использование в современной прессе. Статья как аналитический жанр периодической печати. Процесс сбора материала для статьи и работа над статьей. Виды статьи. Публицистический комментарий, заметки публициста, корреспонденция. Комментарий на международную тему. Тема науки, культуры и искусства в СМИ. Тема функционирования печати, радио, телевидения, Интернета в СМИ. Рецензия как жанр, оценка и анализ событий научной и культурной жизни, произведений науки и искусства. Виды рецензии. Публицистическое своеобразие жанра. Выдающиеся мастера рецензии в истории отечественной журналистики. Рецензия на страницах современных газет и журналов. Литературно-художественная критика. Отделы публицистики и библиографии в структуре редакции «толстого журнала». Жанр «обозрение», его особенности. Становление обозрения в истории отечественной журналистики. Виды обозрения. Международное, экономическое, литературное обозрение. Работа над обозрением. Известные журналисты -обозреватели России. Обзор писем. Письмо как жанр журналистики. Особенности эпистолярной публицистики. Разновидности жанра письма. Письмо на страницах отечественной журналистики. Письмо в современной газете, в журнале. Журналистское расследование как жанр современных средств массовой информации, его особенности. Методика получения сведений для журналистского расследования. Роль источников информации в ходе сбора информации и их использование в ходе подготовки материала к выходу в свет. Художественно-публицистические жанры «очерк», «фельетон», «памфлет», «сатирический комментарий»..

2.3. Современные зарубежные СМИ: общая характеристика

Ведущие зарубежные информационные агентства. Медиахолдинги. Ведущие зарубежные печатные издания. Ведущие зарубежные телеканалы.

3. Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью. Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства массовой коммуникации.

3.1. Печатные СМИ

Современное состояние рынка печати в РФ (основные процессы и тенденции, ведущие группы изданий). Типологии и классификации печатных СМИ. Жанры печатных СМИ.. Возможности применения средств печатных СМИ для РиССО. Жанры PR текстов в СМИ: возможности использования.

3.2. Радио

Основные изменения и современные тенденции рынка радиовещания в России. Типология радиостанций, понятие «формата». Технические средства радио. Производство радиопрограмм: основные стадии. Специфика радиокоммуникации, ее компоненты и выразительные средства. Звучащее слово. Музыка. Шумы. Монтаж. Жанры радиожурналистики: информационные, аналитические, документально-художественные (новости, репортажи, интервью, комментарии и пр.). Возможности применения средств радио для рекламы и PR.

3.3. Телевидение

Классификация ТВ. Эфирное, кабельное и спутниковое телевидение, цифровое, интерактивное телевидение. Современное состояние телевизионного рынка РФ (основные процессы и тенденции). Кризисные явления в современном телевидении. Специфика

телевидения как медиа-средства. Телевизионная публицистика. Технические средства телевидения. Производство телепрограмм. Механизм создания телепередачи. Телевизионный сценарий и его виды. Технологии создания телевизионного сценария. Классификатор ТВ-программ. Информационные жанры телевидения. Жанры аналитической и художественной публицистики. Виды, жанры передач и их характеристики (новости, комментарии, обозрения, ток-шоу, реалити-шоу, телесериалы, ситуационные комедии и пр.). Основы видеосъёмки: правила.. Возможности применения ТВ-средств для рекламы и PR.

3.4. Онлайн-средства журналистики

Журналистика и Интернет. Электронные версии печатных СМИ. Основы Интернет-журналистики: формы материалов сети. Сетевые газеты и публикации. Сетевые источники информации. Проблемы, связанные с потреблениеv информации из Интернета. Принципы и новейшие средства анализа сайтов. Правила создания и размещения на сайте материалов; особенности восприятия текста с монитора. Основные информационные ресурсы Интернета и связи между различными ресурсами.. Возможности применения средств онлайн-коммуникаций и Интернет-журналистики для рекламы и PR. Тренды и будущее журналистики с учётом новейших технологий.

4. Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста

4.1. Беседа с ньюсмейкером: формирование практических навыков

Интервью в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика.. Правила беседы с ньюсмейкером. Выдающиеся российские и зарубежные интервьюеры.

4.2. Публичное выступление в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика.

Правила выступления как публицистического средства. Публичное выступление в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика..

4.3. Слухи в массовой коммуникации, использование слухов в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика

Определение, виды и функции слухов. Техники использования слухов и борьбы со слухами. Использование слухов в качественной и массовой прессе..

4.4. Чёрный PR в масс-медиа

Концепции чёрного PR в России и на Западе. Функции и ЦА чёрного PR.. Особенности производства и применения журналистского продукта с чёрным PR в РиССО: методы, виды атаки и способы защиты от атак чёрного PR..

4.5. Переговоры в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика.

Модели переговоров, ключевые понятия, стратегии и тактики.. Как используют переговоры в своей работе журналисты, в том числе во взаимодействии с PR-специалистами и рекламщиками.

4.6. Словесная атака и её отражение в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика. Правила, примеры.

Определение, стратегии, тактики словесной атаки (по Карстену Бредемайеру). Типичные ситуации словесных атак в работе журналиста. Отражение словесных атак: приёмы и упражнения.

5. Психологические аспекты функционирования СМИ

5.1. Нейромаркетинг и масс-медиа

Основные принципы нейромаркетинга. Технологии нейромаркетинга (ЭЭГ, МЭГ, МРТ, айтрекинг и др.) и объекты исследования. Эмоция как фактор производства и потребления медиаконтента, роль эмоций в журналистской, рекламной и PR-деятельности. Эмоциональный интеллект – характеристика, влияние на профессиональную деятельность, в том числе в журналистике, PR-е и рекламе: на коммуникации в целом, на профессиональные коммуникации, на креативность. Уровни подсознания (по Виту Ценёву). Актуальное подсознание. Социальное подсознание. Физическое подсознание. Общее подсознание. Примеры проявления данных видов подсознания в повседневности, в журналистике, в PR и рекламе.. Аудиальный, аудиовизуальный и визуальный, вербальный и невербальный компоненты медиапродукции с точки зрения их воздействия на аудиторию . Примеры различной продукции СМК: публицистических текстов, PR текстов, образцов рекламы - видео, наружной, в печатных СМИ, - где заметны проявления воздействия графических, акустических и других характеристик на подсознание : а) усиливающих это воздействие и б) препятствующих ему в случае коммуникативной неудачи. Шрифт, композиция, звук, цвет, свет и их особенности, оптические иллюзии, образные решения, вызывающие те или иные ассоциации как фактор решения коммуникативных задач..

5.2. Нейроэкономика и журналистика.

Основные принципы нейроэкономики (ключевые фактора принятия решения: прошлый опыт, социальная потребность (в одобрении), гормоны (гормональная подпитка состояния внутреннего комфорта) и их связь с журналистикой и масс-медиа.

5.3. Психологические аспекты информационной безопасности функционирования СМИ как СМК

Информация и гражданское общество: аспекты. Проблема информационной безопасности и её аспекты. Способы психологического воздействия на массовую аудиторию: подражание, внушение, заражение и убеждение. Суть и формы манипулирования аудиторией в массовой коммуникации. Психопрограммирование массового сознания и внушение..

6. Этические аспекты регулирования деятельности СМИ

6.1. Профессионально-этические правила и нормы

Основные положения профессиональной этики журналиста. Понятие «компромата»; проблема «скрытой» рекламы; проблема факта и комментария.. Теория социальной ответственности прессы. Этика журналиста и PR специалиста и рекламщика: сопоставление. Журналистика как служение обществу и PR как служение организации. Реклама как творчество. Пересечение, совпадение и столкновение интересов журналиста и PR специалиста и рекламщика..

7. Экономика СМИ

7.1. Средства массовой информации и рынок. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции. Виды СМИ по источникам финансирования

СМИ как медиапредприятия в противоположность социальному институту. Медиабизнес: основы и подходы. Структура глобального медиарынка как совокупность региональных и локальных рынков, объединенных сетью транснациональных коммуникаций. Секторы телекоммуникаций, информационных технологий, медиапродуктов и услуг.. Владельцы корпораций и правительства государств как факторы принятия решений.

Иные факторы (географическое положение государств, наличие общенационального языка, особенности политической системы, уровень экономического благосостояния, уровень грамотности, религия, особенности стиля жизни и потребления, история страны, влияние других стран и культур, деятельность государства и политических партий)..

7.2. Процессы на медиарынке в условиях трансформации глобального социального пространства.

Возникновение новых форм и процессов на медиарынке.. Особенности структуры и инфраструктуры медиарынка - развитость системы дистрибуции, доступ потребителей к медиапродукту и к новым технологиям, медиапредпочтения, массовость, наличие или отсутствие института подписки и степень его развитости, доминирование общенациональных или местных СМИ, аудиовизуальных или печатных СМИ на рынке, уровень доходов медиа, формы собственности и государственная политика на медиарынке, уровень профессионализма журналистов, в том числе наличие и эффективность профессиональных журналистских ассоциаций и кодексов, осознание журналистами своей специфической роли - в условиях глобализации масс-медиа и развития Интернет-коммуникаций и технологий, связанных с виртуальной реальностью..

8. Организация распространения продукции СМИ

8.1. Проблема авторского права применительно к журналистскому контенту

Авторство - принадлежность произведения автору (С.И. Ожегов), факт создания конкретным лицом (индивидуальное авторство) или группой лиц (коллективное) оригинального произведения (книги, статьи, сценария, фотографии, музыкального произведения, картины, фильма, видеорекламы и т.д.), представленный, как правило, в форме соответствующего фиксированного текста, изображения или другой информации. Авторство как немаловажный фактор в организации распространения продукции СМИ. Признание авторства посредством системы прав (авторское право) на сохранность авторских канонических текстов (произведений), условий их тиражирования и/или репродуцирования, публикации и распространения в СМИ. Нивелирование авторских прав на фиксированные канонические тексты на волне развития мультимедиа и абсолютизации динамизма дисплейных текстов . Популярная в США концепция деконструкционализма, предлагающая относиться к авторству как к анахронизму и утверждающая взамен право на всевозможные плагиатные трансформации каких бы то ни было авторских произведений..

8.2. Социокультурные, социально-психологические, этические, организационно-творческие аспекты распространения продукции СМИ

Концентрация и монополизация информационных средств во второй половине XX века, стимулируемая развитием электронно-компьютерных технологий. В результате масс медиа становятся движущим фактором развития массовой культуры и массового консьюмеризма в глобализирующихся масштабах. Глобализация масс медиа, тематики, ценностей и идеологии, аудитории. Расширение понятия СМИ и включение в него печатной прессы (газеты, журналы, книги), кинематографа, радио, телевидения, звукозаписей и видеозаписей, видеотекста и телетекста, рекламных щитов и панелей, видеоцентров, сочетания телевизионных, телефонных, копмпьютерных и других линий связи. Конвергенция СМИ. Мультмедийность.. Деформация функциональности вследствие перенасыщения СМИ рекламными материалами . СМИ как выразители интересов исключительно рекламодателей. Вторичная социализация аудитории в процессе приобщения к продукции СМИ как процесс образования имиджей и медиасобытий в информационных потоках, имеющий целью создать у аудитории мнимые представления о реальности, основываясь на слабом жизненном знакомстве, опыте «первичной социализации» подавляющего большинства аудитории с теми

явлениями, о которых сообщается в СМИ. Культурный плюрализм в СМИ. Эффекты массовой коммуникации. Эффект бумеранга. Эффект стадности. Эффект реальности. Эффект отчуждения. Эффект присутствия..

8.3. Специфика организации распространения продукции СМИ в Интернете: законодательная база

Роскомнадзор. Особенности регистрации сетевых изданий. Федеральный закон от 1 июля 2021 г. N 261-ФЗ "О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации" и статью 105 Федерального закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации", принятый Государственной Думой 9 июня 2021 года и одобренный Советом Федерации 23 июня 2021 года.

3.3. Темы практических занятий

1. Типология и система современных СМИ.;
2. Современные медиа в системе социальных институтов;
3. Современные зарубежные СМИ: общая характеристика.

3.4. Темы лабораторных работ

не предусмотрено

3.5 Консультации

Аудиторные консультации по курсовому проекту/работе (КПР)

1. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью. Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства массовой коммуникации."
2. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста"
3. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Психологические аспекты функционирования СМИ"
4. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Экономика СМИ"
5. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Организация распространения продукции СМИ"

Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью.

Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства массовой коммуникации."

2. Консультации проводятся по разделу "Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста"
3. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста"
4. Консультации проводятся по разделу "Психологические аспекты функционирования СМИ"
5. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Психологические аспекты функционирования СМИ"
6. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Этические аспекты регулирования деятельности СМИ"
7. Консультации направлены на освоение раздела под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части выполнения заданий раздела "Этические аспекты регулирования деятельности СМИ"
8. Консультации проводятся по разделу "Экономика СМИ"
9. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Экономика СМИ"
10. Консультации проводятся по разделу "Организация распространения продукции СМИ"
11. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Организация распространения продукции СМИ"

Текущий контроль (ТК)

1. Консультации проводятся по разделу "Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью. Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства массовой коммуникации."
2. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью. Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства массовой коммуникации."
3. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста"
4. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Психологические аспекты функционирования СМИ"
5. Консультации проводятся по разделу "Этические аспекты регулирования деятельности СМИ"
6. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Этические аспекты регулирования деятельности СМИ"
7. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Экономика СМИ"
8. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Организация распространения продукции СМИ"

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)								Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	5	6	7	8	
Знать:										
владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения	ИД-3$_{ОПК-4}$	+								Реферат/Массовая информация и ее роль в современном мире. PR и массовая информация
историю появления и развития массовой информации, требования к ней, основные отличительные черты, специфику основных медианосителей (включая некоторые технические моменты)	ИД-1$_{ОПК-6}$		+							Контрольная работа/Средства массовой коммуникации и СМИ. Типология и система современных СМИ
о развитии прессы, становлении отечественного радио- и телевещания, основных этапах развитии журналистики, о теоретических и практических аспектах журналистской деятельности; о современных СМИ и их типологиях; об основных процессах и тенденциях на российском рынке периодической печати, радио, телевидения, Интернете	ИД-2$_{ОПК-7}$			+						Контрольная работа/История журналистики
Уметь:										
создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы	ИД-3$_{ОПК-4}$				+					Контрольная работа/Печатные СМИ
сознавать опасности и угрозы, возникающие в процессе профессиональной деятельности, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны	ИД-1$_{ОПК-6}$					+				Контрольная работа/ТВ
умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия	ИД-2$_{ОПК-7}$						+	+	+	Контрольная работа/Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

2 семестр

Форма реализации: Письменная работа

1. Массовая информация и ее роль в современном мире. PR и массовая информация (Реферат)
2. Средства массовой коммуникации и СМИ. Типология и система современных СМИ (Контрольная работа)

3 семестр

Форма реализации: Проверка задания

1. История журналистики (Контрольная работа)
2. Печатные СМИ (Контрольная работа)

4 семестр

Форма реализации: Письменная работа

1. ТВ (Контрольная работа)
2. Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ (Контрольная работа)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Зачет (Семестр №2)

Зачёт без оценки.

Экзамен (Семестр №3)

Экзамен (Семестр №4)

В диплом выставляется оценка за 4 семестр.

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : Учебное пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 - Журналистика / Е. Л. Вартанова . – М. : Аспект Пресс, 2003 . – 335 с. - ISBN 5-7567-0298-9 .;
2. Ворошилов, В. В. Теория и практика массовой информации : учебник по специальностям "Связи с общественностью", "Социально-культурный сервис и туризм" / В. В. Ворошилов . – М. : КноРус, 2017 . – 464 с. – (Бакалавриат) . - ISBN 978-5-406-05842-8 .;

3. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации : учебник для вузов по направлению "Связи с общественностью" / А. Г. Киселев . – М. : КноРус, 2012 . – 432 с. - ISBN 978-5-406-01794-4 .;
4. Марков, А. А. Теория и практика массовой информации : учебник для вузов по направлению 42.03.01 и 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью" / А. А. Марков, О. И. Молчанова, Н. В. Полякова ; общ. ред. А. А. Марков . – Москва : ИНФРА-М, 2021 . – 252 с. – (Высшее образование . Бакалавриат) . - ISBN 978-5-16-006505-2 .;
5. Гундарин, М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз : учебное пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью", для специалистов в сфере управления интегрированными коммуникациями, коммуникационного менеджмента и в области развития связей с общественностью / М. В. Гундарин . – 2-е изд., испр. и доп . – М. : Форум, 2011 . – 312 с. – (Высшее образование) . - ISBN 978-5-91134-464-1 .;
6. Петрова, Н. Е. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии : учебное пособие / Н. Е. Петрова, Л. В. Рацибурская . – М. : Флинта : Наука, 2011 . – 160 с. - ISBN 978-5-9765-0347-2 .;
7. Интернет-СМИ. Теория и практика : учебное пособие для вузов по направлению 030600 и специальности 03061 "Журналистика" / А. О. Алексеева, и др. ; Ред. М. М. Лукина . – М. : Аспект Пресс, 2010 . – 348 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3 .;
8. Кузнецов, М. А. Практическая психология PR и журналистики: Как позволить другим делать по-вашему : Учебно-практическое пособие / М. А. Кузнецов, И. В. Цыкунов . – М. : РИП-холдинг, 2003 . – 148 с. – (Академия рекламы) . - ISBN 5-900045-32-3 .;
9. Осавелюк, Е. А. Информационная безопасность государства и общества в контексте деятельности СМИ : монография / Е. А. Осавелюк, Ин-т международного права и экономики им. А.С. Грибоедова (ИМПЭ) . – 2-е изд., стер . – Санкт-Петербург : Лань, 2020 . – 92 с. – (Учебники для вузов. Специальная литература) . - ISBN 978-5-8114-5001-5 .;
10. Этика СМИ . – М. : КноРус, 2003 . – 260 с. - ISBN 5-85971-010-0 .;
11. А. А. Калмыков- "Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ", Издательство: "Директ-Медиа", Москва, Берлин, 2016 - (99 с.) https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741;
12. Фомичева, И. Д. Социология СМИ : учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / И. Д. Фомичева . – М. : Аспект Пресс, 2007 . – 335 с. - ISBN 978-5-7567-0448-8 .;
13. Энциклопедия мировой индустрии СМИ : учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Отв. ред. Е. Л. Вартанова . – М. : Аспект Пресс, 2006 . – 376 с. - ISBN 5-7567-0437-X .;
14. Ушанов, П. В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учебное пособие / П. В. Ушанов . – М. : Флинта : Наука, 2009 . – 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4 .;
15. Проблемы медиапсихологии: Журналистика в 2000 году: Реалии и прогнозы развития: Международная научно-практическая конференция (2001; Москва; МГУ) : материалы секции "Медиапсихология" / Сост. Е. Е. Пронин . – М. : РИП-холдинг, 2002 . – 158 с. – (Академия рекламы) . - ISBN 5-900045-27-7 ..

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:
1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Видеоконференции (Майнд, Сберджаз, ВК и др).

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. **ЭБС Лань** - https://e.lanbook.com/
2. **ЭБС "Университетская библиотека онлайн"** - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. **Научная электронная библиотека** - https://elibrary.ru/
4. **База данных Web of Science** - http://webofscience.com/
5. **База данных Scopus** - http://www.scopus.com
6. **Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ)** - http://elib.mpei.ru/login.php

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	М-914, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	М-914, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	М-914, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Лекционная аудитория	стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для консультирования	М-909, Помещение кафедры «РСиЛ»	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	М-901а, Архивное помещение ГПИ	кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул, инвентарь учебный, книги, учебники, пособия, архивные документы

Приложение А

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Теория и практика массовой информации

(название дисциплины)

2 семестр

Перечень контрольных мероприятий <u>текущего контроля</u> успеваемости по дисциплине:

КМ-1 Массовая информация и ее роль в современном мире. PR и массовая информация (Реферат)

КМ-2 Средства массовой коммуникации и СМИ. Типология и система современных СМИ (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Зачет.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2
		Неделя КМ:	4	10
1	Массовая информация и ее роль в современном мире			
1.1	Информационное общество и место и роль СМИ в нём		+	
1.2	Средства массовой коммуникации и СМИ		+	
1.3	Правовые аспекты регулирования деятельности СМИ		+	
1.4	Современные медиа в системе социальных институтов		+	
2	Возникновение и развитие СМИ. СМИ на современном этапе			
2.1	История журналистики			+
2.2	Типология и система современных СМИ.			+
2.3	Современные зарубежные СМИ: общая характеристика			+
		Вес КМ, %:	50	50

3 семестр

Перечень контрольных мероприятий <u>текущего контроля</u> успеваемости по дисциплине:

КМ-3 История журналистики (Контрольная работа)

КМ-4 Печатные СМИ (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-3	КМ-4
		Неделя	4	10

		КМ:		
1	Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью. Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства массовой коммуникации.			
1.1	Печатные СМИ		+	
1.2	Радио		+	
1.3	Телевидение		+	
1.4	Онлайн-средства журналистики		+	
2	Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста			
2.1	Беседа с ньюсмейкером: формирование практических навыков			+
2.2	Публичное выступление в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика.			+
2.3	Слухи в массовой коммуникации, использование слухов в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика			+
2.4	Чёрный PR в масс-медиа			+
2.5	Переговоры в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика.			+
2.6	Словесная атака и её отражение в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика. Правила, примеры.			+
		Вес КМ, %:	50	50

4 семестр

Перечень контрольных мероприятий <u>текущего контроля</u> успеваемости по дисциплине:
КМ-5 ТВ (Контрольная работа)
КМ-6 Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-5	КМ-6
		Неделя КМ:	4	10
1	Психологические аспекты функционирования СМИ			
1.1	Нейромаркетинг и масс-медиа		+	
1.2	Нейроэкономика и журналистика.		+	
1.3	Психологические аспекты информационной безопасности функционирования СМИ как СМК		+	
2	Этические аспекты регулирования деятельности СМИ			

2.1	Профессионально-этические правила и нормы		+
3	Экономика СМИ		
3.1	Средства массовой информации и рынок. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции. Виды СМИ по источникам финансирования		+
3.2	Процессы на медиарынке в условиях трансформации глобального социального пространства.		+
4	Организация распространения продукции СМИ		
4.1	Проблема авторского права применительно к журналистскому контенту		+
4.2	Социокультурные, социально-психологические, этические, организационно-творческие аспекты распространения продукции СМИ		+
4.3	Специфика организации распространения продукции СМИ в Интернете: законодательная база		+
	Вес КМ, %:	50	50