

**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: Реклама и связи с общественностью

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

**Рабочая программа дисциплины  
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**


<b>Блок:</b>	<b>Блок 1 «Дисциплины (модули)»</b>
<b>Часть образовательной программы:</b>	<b>Обязательная</b>
<b>№ дисциплины по учебному плану:</b>	<b>Б1.О.16</b>
<b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>	<b>3 семестр - 5; 4 семестр - 5; всего - 10</b>
<b>Часов (всего) по учебному плану:</b>	<b>360 часов</b>
<b>Лекции</b>	<b>3 семестр - 8 часов; 4 семестр - 16 часов; всего - 24 часа</b>
<b>Практические занятия</b>	<b>3 семестр - 16 часов; 4 семестр - 16 часов; всего - 32 часа</b>
<b>Лабораторные работы</b>	<b>не предусмотрено учебным планом</b>
<b>Консультации</b>	<b>3 семестр - 2 часа; 4 семестр - 2 часа; всего - 4 часа</b>
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>3 семестр - 153,5 часа; 4 семестр - 145,5 часа; всего - 299,0 часа</b>
<b>в том числе на КП/КР</b>	<b>не предусмотрено учебным планом</b>
<b>Иная контактная работа</b>	<b>проводится в рамках часов аудиторных занятий</b>
<b>включая:</b>	
<b>Реферат</b>	
<b>Контрольная работа</b>	
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
<b>Экзамен</b>	<b>3 семестр - 0,5 часа;</b>
<b>Экзамен</b>	<b>4 семестр - 0,5 часа;</b>
	<b>всего - 1,0 час</b>

**Москва 2021**

## ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

(должность)

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

(подпись)


И.Л. Телегина

(расшифровка подписи)

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы

(должность, ученая степень, ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Вовк М.В.
	Идентификатор	R26eae99-VovkMV-a261481b

(подпись)

М.В. Вовк

(расшифровка подписи)

Заведующий выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка подписи)

## 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-3 <sub>ОПК-4</sub> 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: - историю появления и развития массовой информации, требования к ней, основные отличительные черты, специфику основных медианосителей (включая некоторые технические моменты); - об отдельных механизмах производства теле- и радио-передач, компонентах теле- и радиопередач и их жанрах, специфике и системе жанров печатных масс-медиа.  уметь: - проводить исследования содержания сообщений массовой коммуникации и владеть навыками анализа сообщений (ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-9, ПК-14); - логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2).

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
<p>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ИД-1<sub>ОПК-6</sub> Демонстрирует знания информационно-коммуникационных технологий, используемых в PR-деятельности</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приемы, методы и правила написания журналистских текстов разной тематики и направленности;</li> <li>- правила создания основных жанров публицистических текстов в различных видах СМИ;</li> <li>- о развитии прессы, становлении отечественного радио- и телевидения, 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.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- пользоваться традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности (ПК-5, ПК-9, ПК-14);;</li> <li>- 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);</li> <li>- 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);</li> <li>- производить литературное редактирование, копирайтинг (ПК-6).</li> </ul>
<p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя</p>	<p>ИД-2<sub>ОПК-7</sub> Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5);</li> <li>- особенности современной системы</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
принципам социальной ответственности	коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности	<p>СМИ и других традиционных каналов проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правила оценки качества журналистских текстов и продукции других видов СМИ.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы;</li> <li>- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);</li> <li>- учитывать и использовать особенности современной системы СМИ и других традиционных каналов проведения коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)..</li> </ul>

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

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

Базируется на уровне среднего общего образования.

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	24.5	3	1.5	-	3.0	-	-	-	-	-	20	-	<p><b>Подготовка реферата:</b> В рамках реферативной части студенту необходимо 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</p>
1.1	Информационное общество и место и роль СМИ в нём	5.7		0.2	-	0.5	-	-	-	-	-	5	-	
1.2	Средства массовой коммуникации и СМИ	5.8		0.3	-	0.5	-	-	-	-	-	5	-	
1.3	Правовые аспекты регулирования деятельности СМИ	6.5		0.5	-	1	-	-	-	-	-	5	-	
1.4	Современные медиа в системе социальных институтов	6.5		0.5	-	1	-	-	-	-	-	5	-	







													предлагаются темы для рефератов. <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [2], 350-380 [6], 45-90 [7], 250-280 [11], 15-30	
2	Возникновение и развитие СМИ. СМИ на современном этапе	19.5	1.5	-	3	-	-	-	-	-	-	15	-	<b><u>Подготовка курсового проекта:</u></b> 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:
2.1	История журналистики	6.5	0.5	-	1	-	-	-	-	-	-	5	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Возникновение и развитие СМИ. СМИ на современном этапе" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях
2.2	Типология и система современных СМИ.	6.5	0.5	-	1	-	-	-	-	-	-	5	-	<b><u>Подготовка курсовой работы:</u></b> Курсовая работа представлена в виде крупной задачи по учебному кейсу, охватывающей несколько расчетных вопросов и выбор варианта проектного решения. Пример задания:
2.3	Современные зарубежные СМИ: общая характеристика	6.5	0.5	-	1	-	-	-	-	-	-	5	-	<b><u>Подготовка доклада, выступления:</u></b> 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: <b><u>Подготовка домашнего задания:</u></b> Подготовка домашнего задания направлена











													выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующее оборудование: <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [3], 323-353 [9], 15-45 [12], 123-132
4	Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста	69.0	3.0	-	6	-	-	-	-	-	60	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста" <b><u>Подготовка расчетно-графического задания:</u></b> 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: <b><u>Проведение исследований:</u></b> Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующие материалы: <b><u>Подготовка расчетных заданий:</u></b> Задания ориентированы на решения минизаданий 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: <b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение
4.1	Беседа с ньюсмейкером: формирование практических навыков	11.5	0.5	-	1	-	-	-	-	-	10	-	
4.2	Публичное выступление в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика.	11.5	0.5	-	1	-	-	-	-	-	10	-	
4.3	Слухи в массовой коммуникации, использование слухов в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика	11.5	0.5	-	1	-	-	-	-	-	10	-	
4.4	Чёрный PR в масс-медиа	11.5	0.5	-	1	-	-	-	-	-	10	-	
4.5	Переговоры в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика.	11.5	0.5	-	1	-	-	-	-	-	10	-	
4.6	Словесная атака и её отражение в работе журналиста, PR-специалиста,	11.5	0.5	-	1	-	-	-	-	-	10	-	

рекламщика. Правила, примеры.											<p>дополнительного материала по разделу "Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста"</p> <p><b><u>Подготовка к лабораторной работе:</u></b> 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 "Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста" материалу.</p> <p><b><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u></b> Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы</p> <p><b><u>Подготовка домашнего задания:</u></b> 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.</p> <p><b><u>Подготовка доклада, выступления:</u></b> 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:</p> <p><b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Технологии</p>
-------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---





														[4], 157-187 [5], 78-96 [6], 100-144 [7], 144-178 [8], 94-122 [14], 30-78
	Экзамен	36.0		-	-	-	-	2	-	-	0.5	-	33.5	
	Всего за семестр	180.0		8.0	-	16.0	-	2	-	-	0.5	120	33.5	
	Итого за семестр	180.0		8.0	-	16.0		2		-	0.5		153.5	
5	Психологические аспекты функционирования СМИ	44	4	4	-	4	-	-	-	-	-	36	-	<p><b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Психологические аспекты функционирования СМИ"</p> <p><b><u>Проведение эксперимента:</u></b> Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующее оборудование:</p> <p><b><u>Подготовка расчетных заданий:</u></b> Задания ориентированы на решения минизаданий 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:</p> <p><b><u>Подготовка реферата:</u></b> В рамках реферативной части студенту необходимо 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:</p> <p><b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b></p>
5.1	Нейромаркетинг и масс-медиа	14		1	-	1	-	-	-	-	-	12	-	
5.2	Нейроэкономика и журналистика.	14		1	-	1	-	-	-	-	-	12	-	
5.3	Психологические аспекты информационной безопасности функционирования СМИ как СМК	16		2	-	2	-	-	-	-	-	12	-	



																<p><b><u>Подготовка расчетно-графического задания:</u></b> 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:</p> <p><b><u>Подготовка курсового проекта:</u></b> 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:</p> <p><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Психологические аспекты функционирования СМИ"</p> <p><b><u>Проведение исследований:</u></b> Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяются следующие материалы:</p> <p><b><u>Подготовка к лабораторной работе:</u></b> 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 "Психологические аспекты функционирования СМИ" материалу.</p> <p><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [8], 50-79 [15], 35-74</p>
6	Этические аспекты	16		2	-	2	-	-	-	-	-	12	-			<b><u>Подготовка домашнего задания:</u></b>





														<p>деятельности СМИ"</p> <p><b><u>Подготовка курсовой работы:</u></b> Курсовая работа представлена в виде крупной задачи по учебному кейсу, охватывающей несколько расчетных вопросов и выбор варианта проектного решения. Пример задания:</p> <p><b><u>Подготовка курсового проекта:</u></b> 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:</p> <p><b><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u></b> Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы</p> <p><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [10], 130-149 [15], 100-130</p>
7	Экономика СМИ	32	4	-	4	-	-	-	-	-	24	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b>	
7.1	Средства массовой информации и рынок. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции. Виды СМИ по источникам финансирования	16	2	-	2	-	-	-	-	-	12	-	<p>Повторение материала по разделу "Экономика СМИ"</p> <p><b><u>Подготовка курсовой работы:</u></b> Курсовая работа представлена в виде крупной задачи по учебному кейсу, охватывающей несколько расчетных вопросов и выбор варианта проектного решения. Пример задания:</p> <p><b><u>Подготовка реферата:</u></b> В рамках реферативной части студенту необходимо провести обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой реферата, подготовить презентацию для выступления по результатам работы на семинарском</p>	
7.2	Процессы на медиарынке в условиях трансформации глобального социального	16	2	-	2	-	-	-	-	-	12	-		

	пространства.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
--	---------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

занятии. В качестве тем реферата студенту предлагаются следующие варианты:

**Проведение эксперимента:** Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующее оборудование:

**Подготовка к аудиторным занятиям:** Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы

**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:

**Самостоятельное изучение теоретического материала:** Изучение дополнительного материала по разделу "Экономика СМИ"

**Подготовка расчетных заданий:** Задания ориентированы на решения минизаданий 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 домашнего задания:** Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе





													[1], 256-286
8	Организация распространения продукции СМИ	52	6	-	6	-	-	-	-	-	40	-	<p><b><u>Подготовка расчетно-графического задания:</u></b> 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:</p> <p><b><u>Подготовка к лабораторной работе:</u></b> 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.</p> <p><b><u>Проведение исследований:</u></b> Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующие материалы:</p> <p><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Организация распространения продукции СМИ"</p> <p><b><u>Подготовка расчетных заданий:</u></b> Задания ориентированы на решения минизаданий 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:</p> <p><b><u>Подготовка реферата:</u></b> В рамках реферативной части студенту необходимо провести обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить</p>
8.1	Проблема авторского права применительно к журналистскому контенту	16	2	-	2	-	-	-	-	-	12	-	
8.2	Социокультурные, социально-психологические, этические, организационно-творческие аспекты распространения продукции СМИ	18	2	-	2	-	-	-	-	-	14	-	
8.3	Специфика организации распространения продукции СМИ в Интернете: законодательная база	18	2	-	2	-	-	-	-	-	14	-	



													подготовка к защите лаб. работы <b><u>Подготовка домашнего задания:</u></b> 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. <b><u>Подготовка курсового проекта:</u></b> 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: <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [5], 245-275 [13], 220-236
	Экзамен	36.0	-	-	-	-	2	-	-	0.5	-	33.5	
	Всего за семестр	180.0	16	-	16	-	2	-	-	0.5	112	33.5	
	Итого за семестр	180.0	16	-	16		2		-	0.5		145.5	
	<b>ИТОГО</b>	<b>360.0</b>	-	<b>24.0</b>	-	<b>32.0</b>	<b>4</b>		-	<b>1.0</b>		<b>299.0</b>	

**Примечание:** Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПП – 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 СК. 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 СК и в СМИ. Уровни мотивации в коммуникации. Аудитория как объект и субъект медиакommunikации. 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 журналистской 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 типах 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 журналистской 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 СМИ. 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 радиокommunikации, 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 потреблением 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, компьютерных и других линий связи. Конвергенция СМИ. Мультимедийность.. 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. Современные зарубежные СМИ: общая характеристика;
2. Типология и система современных СМИ.;
3. Современные медиа в системе социальных институтов.

### 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		
<b>Знать:</b>											
об отдельных механизмах производства теле- и радио-передач, компонентах теле- и радиопередач и их жанрах, специфике и системе жанров печатных масс-медиа	ИД-3 <sub>ОПК-4</sub>	+		+							Контрольная работа/ТВ
историю появления и развития массовой информации, требования к ней, основные отличительные черты, специфику основных медианосителей (включая некоторые технические моменты)	ИД-3 <sub>ОПК-4</sub>	+	+								Контрольная работа/Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ
о развитии прессы, становлении отечественного радио- и телевидения, основных этапах развития 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-1 <sub>ОПК-6</sub>	+	+			+			+		Контрольная работа/Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ
правила создания основных жанров публицистических текстов в различных видах СМИ	ИД-1 <sub>ОПК-6</sub>			+	+						Контрольная работа/Средства массовой коммуникации и СМИ. Типология и система современных СМИ
приемы, методы и правила написания журналистских текстов разной тематики и направленности	ИД-1 <sub>ОПК-6</sub>			+	+					+	Контрольная работа/История журналистики
правила оценки качества журналистских текстов и продукции других видов СМИ	ИД-2 <sub>ОПК-7</sub>					+	+	+	+		Контрольная работа/Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ
особенности современной системы СМИ и других	ИД-2 <sub>ОПК-7</sub>					+					Реферат/Массовая информация и

традиционных каналов проведения коммуникационных кампаний и мероприятий									ее роль в современном мире. PR и массовая информация
владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5)	ИД-2 <sub>ОПК-7</sub>			+	+		+		Контрольная работа/Печатные СМИ
<b>Уметь:</b>									
логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2)	ИД-3 <sub>ОПК-4</sub>				+				Контрольная работа/Печатные СМИ
проводить исследования содержания сообщений массовой коммуникации и владеть навыками анализа сообщений (ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-9, ПК-14)	ИД-3 <sub>ОПК-4</sub>				+	+	+	+	Контрольная работа/Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ
производить литературное редактирование, копирайтинг (ПК-6)	ИД-1 <sub>ОПК-6</sub>				+	+	+	+	Контрольная работа/Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ
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)	ИД-1 <sub>ОПК-6</sub>				+				Контрольная работа/Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ
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)	ИД-1 <sub>ОПК-6</sub>	+	+	+	+			+	Контрольная работа/Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ
пользоваться традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности (ПК-5, ПК-9, ПК-14);	ИД-1 <sub>ОПК-6</sub>				+	+		+	Контрольная работа/Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические

									аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ	
учитывать и использовать особенности современной системы СМИ и других традиционных каналов проведения коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).	ИД-2 <sub>ОПК-7</sub>				+			+	+	Контрольная работа/Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ
умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14)	ИД-2 <sub>ОПК-7</sub>							+		Контрольная работа/ТВ
создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы	ИД-2 <sub>ОПК-7</sub>				+	+				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**

###### **3 семестр**

Форма реализации: Письменная работа

1. Средства массовой коммуникации и СМИ. Типология и система современных СМИ (Контрольная работа)
2. ТВ (Контрольная работа)
3. Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ (Контрольная работа)

Форма реализации: Проверка задания

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

###### **4 семестр**

Форма реализации: Письменная работа

1. Массовая информация и ее роль в современном мире. PR и массовая информация (Реферат)
2. ТВ (Контрольная работа)
3. Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ (Контрольная работа)

Форма реализации: Проверка задания

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

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

##### **4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине**

Экзамен (Семестр №3)

Зачёт без оценки.

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. Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : Учебное пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 - Журналистика / Е. Л. Варганова . – 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. Варганова . – 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. Майнд Видеоконференции.

### 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](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-915, Учебная аудитория	стол, стул, доска меловая
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	М-915, Учебная аудитория	стол, стул, доска меловая
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	М-915, Учебная аудитория	стол, стул, доска меловая
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Компьютерный читальный зал	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

## БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### Теория и практика массовой информации

(название дисциплины)

#### 3 семестр

**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

- КМ-2 Средства массовой коммуникации и СМИ. Типология и система современных СМИ (Контрольная работа)
- КМ-3 История журналистики (Контрольная работа)
- КМ-4 Печатные СМИ (Контрольная работа)
- 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-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5	КМ-6
		Неделя КМ:	8	12	14	16	17
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						+
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		+	+	+	+	+
3.2	Радио		+			+	+

3.3	Телевидение	+			+	+
3.4	Онлайн-средства журналистики	+			+	+
4	Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста					
4.1	Беседа с ньюсмейкером: формирование практических навыков		+			+
4.2	Публичное выступление в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика.			+		+
4.3	Слухи в массовой коммуникации, использование слухов в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика					+
4.4	Чёрный PR в масс-медиа	+				+
4.5	Переговоры в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика.			+		+
4.6	Словесная атака и её отражение в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика. Правила, примеры.			+		+
Вес КМ, %:		15	20	20	20	25

#### 4 семестр

#### Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Массовая информация и ее роль в современном мире. PR и массовая информация (Реферат)
- КМ-3 История журналистики (Контрольная работа)
- КМ-4 Печатные СМИ (Контрольная работа)
- 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-1	КМ-3	КМ-4	КМ-5	КМ-6
		Неделя КМ:	4	12	14	16	17
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, %:		15	20	20	20	25