

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра маркетинга и рекламы

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность: «Современная реклама и коммуникации»

Уровень квалификации выпускника бакалавр

Форма обучения (очная, очно-заочная, заочная)

РПД адаптирована для лиц

с ограниченными возможностями

здоровья и инвалидов

Москва 2019

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Канд.культурологии, доцент

кафедры маркетинга и рекламы РГГУ А.А. Рычкова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры маркетинга и рекламы
№ 11 от 19/06/2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка
 - 1.1 Цель и задачи дисциплины
 - 1.2 Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине
 - 1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы
2. Структура дисциплины
3. Содержание дисциплины
4. Образовательные технологии
5. Оценка планируемых результатов обучения
 - 5.1 Система оценивания
5. 2.Критерии выставления оценок
- 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 6.1. Список источников и литературы
 - 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья
9. Методические материалы
 - 9.1. Планы практических /семинарских занятий
 - 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ
 - 9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель: дать студентам глубокие фундаментальные теоретические и практические знания, умения и навыки в области массовой информации; подготовить специалиста, обладающего знаниями о процессах массовой информации и профессиональными компетенциями, необходимыми для осуществления практической деятельности в области массовой информации; цель курса состоит также в формировании профессиональных компетенций в области массовой информации, осуществления аналитических, проектных и презентационных работ в этой области. Курс призван формировать систему взглядов на современную информационную деятельность и перспективы ее развития.

Задачи курса:

- вооружить будущих специалистов практическими навыками подготовки журналистских текстов в процессе практической деятельности в области связей с общественностью, оценки качества таких текстов;
- привить студентам навыки по созданию информационных, информационно-аналитических, аналитических и художественно-публицистических произведений журналистики
- анализ основных аспектов массовой информации в современном информационном пространстве;
- ознакомление с нормами в сфере массовой информации;
- изучение особенностей работы в информационно - аналитическом бизнесе.

Предметом дисциплины «Теория и практика массовой информации» являются теоретические и методологические основы информационной деятельности. Программа дает целостное представление о характере и специфике массовой информации и деятельности специалиста в этой области.

1.2. Формируемые компетенции, а также перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

2. Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать **результаты образования**, представленные в таб.1 ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4

Таблица 1

Результаты обучения дисциплине «Теория и практика массовой информации»

<i>Коды компетенции</i>	<i>Содержание компетенций</i>	<i>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине</i>
ОПК-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные функции, задачи, сфера применения массовой информации в деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе; • закономерности и противоречие функционирования массовой информации в обществе • содержание и специфику различных видов деятельности в сфере коммуникаций; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • пользоваться основной терминологией и принципами сферы коммуникационной деятельности; • организовывать работу службы по взаимодействию со средствами массовой информации; • готовить материалы для средств массовой информации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками использования различных средств массовой информации в рекламном

		<p>процессе;</p> <ul style="list-style-type: none"> • способами организации и планирования информационной деятельности в компании.
ОПК-3	<p>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные функции, задачи, сфера применения массовой информации в деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе; • закономерности и противоречие функционирования массовой информации в обществе • содержание и специфику различных видов деятельности в сфере коммуникаций; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • пользоваться основной терминологией и принципами сферы коммуникационной деятельности; • организовывать работу службы по взаимодействию со средствами массовой информации; • готовить материалы для средств массовой информации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками использования различных средств массовой информации в рекламном

		<p>процессе;</p> <ul style="list-style-type: none"> • способами организации и планирования информационной деятельности в компании; • навыками проведения кампаний и мероприятий.
ОПК-4	<p>умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные функции, задачи, сфера применения массовой информации в деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе; • закономерности и противоречие функционирования массовой информации в обществе • содержание и специфику различных видов деятельности в сфере коммуникаций; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • пользоваться основной терминологией и принципами сферы коммуникационной деятельности; • организовывать работу службы по взаимодействию со средствами массовой информации; • готовить материалы для средств массовой информации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками использования

		<p>различных средств массовой информации в рекламном процессе;</p> <ul style="list-style-type: none"> • способами организации и планирования информационной деятельности в компании; • навыками производства и распространения рекламной продукции компании.
--	--	--

2.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» является базовой дисциплиной профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Современные коммуникации и реклама»). Для освоения дисциплины необходимы *компетенции*, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин:

- Основы теории коммуникации
- Психология делового общения
- Социология массовых коммуникаций

В результате освоения дисциплины формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

- Репутационный менеджмент
- Профессиональная деятельность в рекламе
- Имиджелогия
- Фирменный стиль

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, в том числе: контактная работа обучающихся с преподавателем 56 ч., самостоятельная работа обучающихся - 70 часов.

№ п/ п	Темы дисциплины	Семест -р	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточно й аттестации (по семестрам)
			Лекци и	Семинар ы	Промежу т. аттест	Самосто - ятельна я работа	
1.	Журналистика на перекрестке эпох		4	4		10	Семинар по теме
2.	Теории прессы		4	4		14	Семинар по теме Проектная работа
3.	Информационн ое общество: понятие и концепции		4	6		16	Семинар по теме
4.	Журналистика и журналист: общественный идеал и действительнос ть		4	6		14	Семинар по теме.
5.	Исторический процесс разделения власти. СМИ: власть авторитета и авторитет власти		4	6		16	Семинар по теме. Защита проектной работы

6.	Система средств массовой информации		4	6			Семинар по теме. Защита проектной работы
	Экзамен						
	ВСЕГО:		24	32	18	70	

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, в том числе: контактная работа обучающихся с преподавателем 32 ч., самостоятельная работа обучающихся - 94 часов.

№ п/п	Темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Семинары	Промежуточные аттесты	Самостоятельная работа	
1.	Журналистика на перекрестке эпох	6	2	2		15	Семинар по теме
2.	Теории прессы	6	2	2		15	Семинар по теме Проектная работа
3.	Информационное общество: понятие и концепции	6	2	4		15	Семинар по теме
4.	Журналистика и журналист: общественный идеал и	6	2	4		15	Семинар по теме.

	действительность						
5.	Исторический процесс разделения власти. СМИ: власть авторитета и авторитет власти	6	2	4		17	Семинар по теме. Защита проектной работы
6.	Система средств массовой информации	6	2	4		17	Семинар по теме. Защита проектной работы
	Экзамен						
	ВСЕГО:		12	20	18	94	

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, в том числе: контактная работа обучающихся с преподавателем 12 ч., самостоятельная работа обучающихся – 123 часов.

№ п/п	Темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Семинары	Промежуточные аттесты	Самостоятельная работа	
1.	Журналистика на перекрестке эпох	5	1			23	Семинар по теме
2.	Теории прессы	6	1			20	Семинар по теме Проектная работа
3.	Информационное общество:	6	0,5	2		20	Семинар по теме

	понятие и концепции						
4.	Журналистика и журналист: общественный идеал и действительность	6	0,5	2		20	Семинар по теме.
5.	Исторический процесс разделения власти. СМИ: власть авторитета и авторитет власти	6	0,5	2		20	Семинар по теме. Защита проектной работы
6.	Система средств массовой информации	6	0,5	2		20	Семинар по теме. Защита проектной работы
	Экзамен				9		
	ВСЕГО:		4	8	9	123	

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Журналистика на перекрестке эпох

Предмет и задачи курса в свете современного состояния российской журналистики.

Тема 2. Теории прессы

Проблема социальной ответственности средств массовой информации. Инструментально-пропагандистская и рыночно-демократическая модели функционирования СМИ. Американские нормативные теории прессы времен холодной войны. Советская модель функционирования СМИ. Современные теории и оценки деятельности прессы, радио, телевидения.

Тема 3. Информационное общество: понятие и концепции

Дискуссионность концепций информационного общества; основные понятия. Воздействие информационных и телекоммуникационных технологий на различные сферы жизни общества. Экономические, правовые, социально-культурные и технологические характеристики постиндустриального общества.

Тема 4. Журналистика и журналист: общественный идеал и действительность

Журналист в мире идеологий. Независимость и ангажированность. Социальная позиция журналиста и политическая, групповая принадлежность журналиста. Принципы объективности, правдивости и народности, демократичности, патриотизма, интернационализма, гуманизма. Личностные качества журналиста. Компетентность журналиста.

Тема 5. Исторический процесс разделения власти. СМИ: власть авторитета и авторитет власти

Пражурналистские явления и журналистика. Истоки науки о журналистике. Массово-информационная природа журналистики. Сущность массовой информации. Информация в социальном управлении. Объекты и субъекты властных отношений.

Тема 6. Система средств массовой информации

Пресса как система. Информационные агентства и печать. Газета как тип издания. Журнал как тип издания. Еженедельник как тип издания. Общественно-политическая пресса. Деловая пресса. Научно-публицистические и научно-популярные издания. Литературно-художественная периодика. Конфессиональная пресса. Специализированные издания. Рекреативная периодика. Сервисные издания. Эволюционный характер системы печатных СМИ.

Система радио- и телеканалов. Типология программ. Современные методы распространения массовой информации.

1. ИНФОРМАЦИОННЫЕ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	<i>Наименование тем</i>	<i>Виды учебной работы</i>	<i>Информационные и образовательные технологии</i>
1	2	3	5
1.	Журналистика на перекрестке эпох	Лекция 1.	Вводная лекция

2.	Теории прессы	Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Лекция – визуализация Семинар по теме Консультирование и проверка домашних заданий
3.	Информационное общество: понятие и концепции	Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа	Лекция – визуализация Семинар по теме Консультирование и проверка домашних заданий
4.	Журналистика и журналист: общественный идеал и действительность	Лекция 4,5 Семинар 4. Самостоятельная работа	Лекция – визуализация Семинар по теме Контрольная работа
5.	Исторический процесс разделения власти. СМИ: власть авторитета и авторитет власти	Лекция 5. Семинар 5. Самостоятельная работа	Проблемная лекция Семинар по теме Консультирование
6.	Система средств массовой информации	Лекция 5. Семинар 5. Самостоятельная работа	Лекция – визуализация Семинар по теме Консультирование и проверка домашних заданий

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1.Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины представлен в виде таблицы:

<i>№ п/п</i>	<i>Контролируемые разделы дисциплины</i>	<i>Наименование оценочного средства</i>
1	Журналистика на перекрестке эпох	Собеседование

2	Теории прессы		Семинар по теме
3	Информационное общество: понятие и концепции		Семинар по теме
4	Журналистика и журналист: общественный идеал и действительность		Семинар по теме Контрольная работа
5	Исторический процесс разделения власти. СМИ: власть авторитета и авторитет власти		Семинар по теме
6	Система средств массовой информации		Собеседование

5.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	2 баллов	18 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	2 балла	18 баллов
- проектная работа	10 баллов	24 балла
Промежуточная аттестация (экзамен)		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину)		100 баллов

Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов) конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B

68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Текущий контроль

При оценивании устного опроса и участия в дискуссии на семинаре учитываются:

- степень раскрытия содержания материала (0-2 балла);
- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии и символики, логическая последовательность изложения материала (0-2 балла);
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков (0-1 балл).

При оценивании контрольной работы учитывается:

- полнота выполненной работы (задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности) – 1-4 балла;
- обоснованность содержания и выводов работы (задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) – 5-8 баллов;
- работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность -9-10 баллов.

При оценивании тестирования учитывается полнота выполненной работы:

- допущено пять – шесть ошибок или неточностей – 1-4 балла;
- допущено три-четыре ошибки или неточности – 5-8 баллов;
- задание выполнено полностью или допущены одна-две ошибки или неточности – 9-10 баллов.

5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Классификация жанров радиожурналистики
2. Информационные жанры радиожурналистики

3. Аналитические жанры радиожурналистики
4. Документально-художественные жанры радиожурналистики
5. Интервью как важнейший журналистский метод получения информации
6. Интервью как один из основных жанров радиожурналистики
7. Особенности ведущего в прямом эфире
8. Сбор информации. Требования, предъявляемые к информации и новостным выпускам
9. Позывные радиостанции, музыкальные заставки и их роль
10. Устная речь на радио и ее особенности
11. Дикторская речь и ее роль в радиопередаче
12. Монтаж – выразительное средство
13. Отличительные признаки радиозаметки, радиокорреспонденции и выпуска новостей
14. Шумы и музыка и их функции в радиопередаче
15. Структура программы новостей
16. Роль журналиста в производстве радиопрограмм
17. Особенности работы ведущего в прямом эфире и в записи
18. Невербальные и речевые средства радиоязыка (темп речи, сила звука, ритм, паузы и т.д.)

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Вопросы к экзамену:

1. Как соотносятся понятия «ремесло» и «творчество».
2. «Новость» как специфический способ отражения действительности: общая характеристика и основные элементы.
3. Основные газетные жанры.
4. Что такое массовая информация.
5. Социология и журналистика - общие и специфические характеристики.
6. Возможности журналиста в создании имиджа.
7. Функции заголовка в современной прессе.
8. Основные функции СМИ.
9. Система средств массовой информации.
10. Роль и место печатных изданий в общей системе СМИ.
11. Как определяется «ниша» издания.
12. Журнал как тип издания.
13. Характеристика редакции как производственного, творческого коллектива.

14. Место журналиста в редакционной системе.
15. Требования к современному журналисту газеты, радио, телевидения.
16. Комплекс технических средств редакции.
17. Иллюстрирование газеты и журнала.
18. Функции информационного агентства.
19. Макетирование и выпуск газеты и журнала.
20. Структуры «публичных отношений» и СМИ.
21. Контент-анализ и экспресс-анализ СМИ.
22. Критерии качества рекламы на радио и телевидении.
23. Функции рекламного агентства.
24. Как средствами телевидения и радиовещания создаются психологические процессы убеждения и внушения.
25. Основные жанровые группы, используемые в теле- радиожурналистике.
26. Информационный рынок: возникновение и развитие.
27. Финансовая база издания, ее элементы.
28. Редактор газеты и журнала: задачи, обязанности, требования к нему.
29. Законодательство о СМИ как система нормативных актов.
30. Общие положения Закона РФ «О средствах массовой информации».
31. Правовой статус редакции СМИ.
32. Основные положения закона «О рекламе».
33. Административная ответственность за нарушение законодательства о СМИ.
34. Профессионально-этические регуляторы творческой деятельности журналиста.

ПРОЕКТНАЯ РАБОТА.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Список источников и литературы

Источники основные

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 18.04.2018) "О средствах массовой информации"
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

дополнительные

1. Федеральный закон "О персональных данных" от 27.07.2006 N 152-ФЗ (последняя редакция)

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/

Литература.

Обязательная литература:

1. Марков, А. А. Теория и практика массовой информации: Учебник / Марков А.А., Молчанова О.И., Полякова Н.В; Под общ.ред. А.А. Маркова - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 252 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-006505-2. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/544650>
2. Набокова, Л. С. Теория и практика массовой информации: Учебное пособие / Набокова Л.С., Ноздренко Е.А., Набоков И.А. - Краснояр.:СФУ, 2016. - 242 с.: ISBN 978-5-7638-3413-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/967842>

Дополнительная литература:

1. Шарков, Ф. И. Коммуникология: теория и практика массовой информации: Учебник / Шарков Ф.И., Силкин В.В. - Москва :Дашков и К, 2017. - 160 с. ISBN 978-5-394-02671-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/937258>
2. Кошлякова, М. О. Учебно-методическая документация по дисциплине ОПД.Ф.09 "Теория и практика массовой информации" для специальности 030602.65 - "Связи с общественностью" / М. О. Кошлякова ; Рос. Гос. Ун-т Туризма и сервиса, факультет туризма и гостеприимства, кафедра "связи с общественностью". - Москва, 2011. - 87 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/364721>

Источники специальной периодической литературы:

Рекламные идеи (www.advi.ru). Ведущий российский журнал о брендинге (создания и продвижения на рынок торговых марок) и креативе. Журнал для практиков рекламы и маркетинга.

Практика рекламы (www.prosmi.ru). Единственное издание в России, которое является практическим пособием по организации и ведению рекламы

Рекламные технологии (www.rectech.ru). Широко использует традиции научно-популярной журналистики, издание полезно и профессионалу и тем, кто пришел на рынок рекламы без специального образования.

Секрет фирмы (www.sf-online.ru). Еженедельный деловой журнал, раскрывающий технологию успешного бизнеса. Очень компетентная редакция и профессионально подготовленные материалы журналистами.

Эксперт (www.expert.ru). Еженедельный журнал. Один из самых авторитетных деловых журналов, раскрывающих социальный, экономический и духовный смысл российского предпринимательства.

Деньги (www.dengi.kommersant.ru) Экономический еженедельник издательского дома «коммерсант» выходит по понедельникам. Среди деловых журналов имеет самый высокий тираж (88200 экз.). Само название говорит за себя.

Индустрия рекламы (www.ir-magazine.ru). Еженедельный журнал. Среди специалистов в области маркетинга и рекламы занимает одно из первых мест. Основная идея и стиль этого журнала – рецепты успешного бизнеса в России и за рубежом.

6.2. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. www.exhibitoronline.com
2. www.allexpo.ru
3. www.exponews.ru
4. www.ex-po.ru
5. www.informexpo.ru
6. www.expoweb.com
7. www.marketingpro.ru
8. www.sostav.ru
9. www.raso.ru
10. www.advertology.ru

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2019 г.)

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г.

	Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины необходимы:

- демонстрационные приборы для лекции - визуализации,
- мультимедийные средства для презентаций докладов и рефератов.

Требования к аудиториям:

- для проведения семинаров необходимы компьютерные классы,
- для лекций и семинаров в аудитории необходимы: оборудование для письма, оборудование для показа слайдов и персональные компьютеры.

Состав программного обеспечения (ПО) (2019 г.)

Перечень ПО

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (<i>лицензионное или свободно распространяемое</i>)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное

4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные

методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;

- в форме электронного документа;

- в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы занятий

Семинарское занятие № 1

Тема « Теории прессы»

Цель: познакомить учащихся с современным состоянием российским СМИ

Форма проведения: Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Современное состояние российских СМИ. Характеристика социально-политической обстановки в России конца XX века.
2. Проблема социальной ответственности средств массовой информации. Роль СМИ в переходный период.
3. Какими социальными параметрами характеризуется информационное общество? Основные теории средств массовой информации.
4. Основные положения Доктрины информационной безопасности России. Опасна ли информация?

Семинарское занятие № 2

Тема: «Функции печати»

Цель: познакомиться с основными функциями печати.

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Соотношение в практике российских газет, журналов, телевидения и радио сущностных функций СМИ - информационной, просветительской, коммуникативной, общественно-арбитражной, агитационно-пропагандистской.
2. Средства манипулирования общественным сознанием, используемые СМИ.
3. Задача социальной ориентации аудитории.

Семинарское занятие № 3

Тема: «Система средств массовой информации»

Цель занятия: рассмотреть роль и значение современных средств массовой информации в профессиональной деятельности менеджеров PR и рекламы

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Признаки типа издания.

2. Сопоставление изданий одной подсистемы (например, бизнес-прессы, молодежной прессы, женской прессы) - газеты, еженедельника, журнала; особенности каждого из изданий.

3. Современное российское радио - станции, программы, рубрики.

4. Государственное и коммерческое телевидение в ситуации конкуренции.

Семинарское занятие № 4

Тема: « Журналист и информация: просить, добывать, покупать»

Цель занятия: познакомить обучающихся с правилами работы с информацией.

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Качества информации, рассчитанной на восприятие широкой аудитории.
2. Конституционные гарантии свободы СМИ в России.
3. Личная жизнь граждан. Границы дозволенного вторжения.
4. Формы злоупотребления свободой средств массовой информации.

Семинарское занятие № 5

Тема 5. « Журналистика и рынок. Основы маркетинга»

Цель занятия: познакомить обучающихся с принципами формирования рынка журналистики

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Специфические особенности продукции журналистики.
2. Правила создания периодического издания.
3. Задачи и методика изучения аудитории.
4. Конкуренция на рынке СМИ.

Семинарское занятие № 6

Тема 6. «Отношения собственности и формы организации в СМИ»

Цель занятия: познакомить обучающихся с формами организации в СМИ

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Собственность в СМИ: кто владеет периодическим изданием, его названием?
2. Что такое частное издание?
3. Чем владеет редакционный коллектив?
5. Медиа-холдинг. Суть новой организации СМИ.

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» является базовой дисциплиной профессионального цикла учебного плана по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (направленность «Современные коммуникации и реклама»). Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга и рекламы.

Цель: дать студентам глубокие фундаментальные теоретические и практические знания, умения и навыки в области массовой информации; подготовить специалиста, обладающего знаниями о процессах массовой информации и профессиональными компетенциями, необходимыми для осуществления практической деятельности в области массовой информации; цель курса состоит также в формировании профессиональных компетенций в области массовой информации, осуществления аналитических, проектных и презентационных работ в этой области. Курс призван формировать систему взглядов на современную информационную деятельность и перспективы ее развития.

Задачи курса:

- вооружить будущих специалистов практическими навыками подготовки журналистских текстов в процессе практической деятельности в области связей с общественностью, оценки качества таких текстов;
- привить студентам навыки по созданию информационных, информационно-аналитических, аналитических и художественно-публицистических произведений журналистики
- анализ основных аспектов массовой информации в современном информационном пространстве;
- ознакомление с нормами в сфере массовой информации;
- изучение особенностей работы в информационно - аналитическом бизнесе.

Предметом дисциплины «Теория и практика массовой информации» являются теоретические и методологические основы информационной деятельности. Программа дает целостное представление о характере и специфике массовой информации и деятельности специалиста в этой области.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

ОПК-3 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга

ОПК-4 умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен:**

Знать:

- основные функции, задачи, сфера применения массовой информации в деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе;

- закономерности и противоречие функционирования массовой информации в обществе;
- закономерные тенденции формирования и развития массовой информации в современном глобальном обществе;
- функциональные обязанности менеджера по работе со средствами массовой информации;
- место и роль массовой информации в развитии современного общества;

Уметь:

- разрабатывать стратегию и практику информационно-аналитической компании;
- Организовывать работу службы по взаимодействию со средствами массовой информации;
- Готовить материалы для средств массовой информации.

Владеть:

- использования различных средств массовой информации в рекламном процессе;
- организации и планирования информационной деятельности в компании;
- применения различных форм и методов подготовки и подачи массовой информации в зависимости от специфики СМИ и потребительской аудитории;
- умение использовать различные средства из арсенала практики массовой информации в своей профессиональной деятельности.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы и тестирования, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы

Приложение 2

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
---	---	------	-------------

1	Приложение №1	11/05/2017	10
2	Приложение №2	28/06/2018	10
3	Приложение №3	27/05/2020	10

Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2017 г.)

1. Перечень ПО

Таблица 1

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
2	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное

2. Перечень БД и ИСС

Таблица 2

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Журналы Oxford University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2018 г.)

1. Перечень ПО

Таблица 1

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
2	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное

2. Перечень БД и ИСС

Таблица 2

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis Электронные издания издательства Springer
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

3. Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, в том числе: контактная работа обучающихся с преподавателем 40 ч., самостоятельная работа обучающихся – 86 часов.

№ п/п	Темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Лекции	Семинары	Промежуточные аттесты	Самостоятельная	

						работа	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
1.	Журналистика на перекрестке эпох	5	2	4		14	Семинар по теме
2.	Теории прессы	5	2	4		14	Семинар по теме Проектная работа
3.	Информационное общество: понятие и концепции	5	2	4		16	Семинар по теме
4.	Журналистика и журналист: общественный идеал и действительность	5	4	4		14	Семинар по теме.
5.	Исторический процесс разделения власти. СМИ: власть авторитета и авторитет власти	5	4	4		14	Семинар по теме. Защита проектной работы
6.	Система средств массовой информации	5	4	4		14	Семинар по теме. Защита проектной работы
	Экзамен						
	ВСЕГО:		16	24	18	86	

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, в том числе: контактная работа обучающихся с преподавателем 16 ч., самостоятельная работа обучающихся – 119 часов.

№ п/ п	Темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточно й аттестации (по семестрам)
			Лекци и	Семинар ы	Промежут . аттест	Самосто - тельная работа	
1.	Журналистика на перекрестке эпох	5	2			15	Семинар по теме
2.	Теории прессы	6	0,5	2		16	Семинар по теме Проектная работа
3.	Информационно е общество: понятие и концепции	6		2		20	Семинар по теме
4.	Журналистика и журналист: общественный идеал и действительност ь	6	0,5	2		20	Семинар по теме.
5.	Исторический процесс разделения власти. СМИ: власть авторитета и авторитет власти	6	0,5	2		20	Семинар по теме. Защита проектной работы

6.	Система средств массовой информации	6	0,5	4		20	Семинар по теме. Защита проектной работы
	Экзамен				9		
	ВСЕГО:		4	12	9	119	

1. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

2. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

3. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое

5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное