

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

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

**ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Кафедра теории и практики общественных связей

## **СОВРЕМЕННАЯ МЕДИАИНДУСТРИЯ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Направление: 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью**

**Направленность: Медиатехнологии в современной коммуникативной индустрии**

**Уровень квалификации выпускника: *магистр***

**Форма обучения: *очная***

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2019

## СОВРЕМЕННАЯ МЕДИАИНДУСТРИЯ

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

*доктор. филол. наук, канд.пед.наук, профессор А.А.Калмыков*

Ответственный редактор

*д-р филос. н., проф., проф. С.В.Клягин*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры теории  
и практики общественных связей

№ 14 от 18.06.2019 г.

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

### **1. Пояснительная записка**

#### **1.1 Цель и задачи дисциплины**

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

#### **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 и инвалидов**

### **9. Методические материалы**

#### **9.1. Планы практических занятий**

## **Приложения**

Приложение 1. Аннотация дисциплины

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

*Цель дисциплины:* в результате изучения дисциплины студент должен овладеть целостным представлением о том, что такое медиа на современном этапе цивилизационного развития, методах и технологиях использования медиа в целях решения задач рекламы и связей с общественностью.

*Задачи:*

- Обеспечить понимание студентами базовых понятий и теоретических моделей медиасферы.
- Сформировать готовность студентов к использованию медийных методов и медиа-технологий при решении задач рекламы и связей с общественностью.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-1. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-1.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.	<i>Знать:</i> основные перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга; технологии, методы и инструменты экспертизы и консалтинга в профессиональной сфере, основы стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий; основы управления бизнес-проектами; <i>Уметь:</i> принимать нестандартные решения, разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов, оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки. <i>Владеть:</i> навыками применения коммуникативных технологий в профессиональной сфере, экономического анализа в практической деятельности, разработки технико-экономические обоснования

		проектов, навыками саморазвития, самореализация, использования творческого потенциала.
--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современная медиаиндустрия» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью, направленность «Медиа технологии в современной коммуникативной индустрии».

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии, Разработка и продвижение контента.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Международная медиаиндустрия, Индустрия визуальных коммуникаций, Технология сторителлинга, оммуникативная география, Медиаотношения в политике.

## 2. Структура дисциплины

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 30ч., промежуточная аттестация 18 ч., самостоятельная работа обучающихся 60 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная					Самостоятель- ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточ- ная аттестация		
1	Понятие медиа. Основные компоненты системы массовой коммуникации (СМК) и системы СМИ	II	2					8	
2	Современное понятие медиа, медиированной реальности и коммуникативного пространства	II	2		4			8	

3	Коммуникативные науки о медиа. Понятие медиалогии	II	2		4			10	Текущий контроль: реферативный доклад.
4	Оценка действующих медиасообществ возникших на основе интернет СМИ второй версии сети	II	2		4			8	
5	Медиасообщества и социальные медиа как феномен информационного общества	II			4			8	Текущий контроль: реферативный доклад.
6	Конвергентные и дивергентные процессы в медиа. Новая информационно-коммуникативная парадигма	II			4			10	
7	Последствия для развития индустрии рекламы и ПР новой информационно-коммуникативной парадигмы	II			2			8	
	Экзамен	II					18		Тестирование
	итого:		8		22		18	60	

### 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Понятие медиа. Основные компоненты системы массовой коммуникации (СМК) и системы СМИ	Понятие СМК. Состав СМК. Интернет как системоформирующий фактор формирования СМК. Психодинамическая трактовка проявления СМК (экстернилизация либидо и танатоса вытесненного в коллективное бессознательное). Понятие системы СМИ. Состав системы СМИ. .
2	Современное понятие медиа, медиализированной реальности и коммуникативного пространства	Содержание понятие коммуникативной практики как формы действительности коммуникации и основных видов коммуникации (межличностная, малых групп, организационная, политическая, межкультурная),
3	Коммуникативные	Философская рефлексия современных медиа.

	науки о медиа. Понятие медиалогии	Постструктурализм, семиотика, постмодернизм, феноменология, герменеватика. Философия медиа. Коммуникативные науки, коммуникатология, коммуникативистика, медиология. Объект и предмет медиалогии. Методы исследования медиа.
4	Оценка действующих медиасообществ возникших на основе интернет СМИ второй версии сети	Понятие информационного общества, информационного общества и общества знания. Технологические, социокультурные, политические и цивилизационные предпосылки появления феномена социальных медиа. Проформы медиасообществ. Определения понятий: Медиасообщества, сообщества практики и социальные медиа. Технологический и социальные смысл этих терминов. Особенности трансляции смыслов и знаний в медиасообществах, сообществах практики и социальных медиа. Понятие социальности в социальных медиа, и практики в сообществах практики. Понятие социального капитала и его наращивание сетевыми средствами.
5	Медиасообщества и социальные медиа как феномен информационного общества	Оценка роли предложений по рекламе и ПР через социальные медиа на рынке рекламных и ПР услуг. Ведущие российские консалтинговые компании, предлагающие подобные услуги. Основные принципы рекламирования и организации ПР-кампаний средствами социальных медиа.
6	Конвергентные и дивергентные процессы в медиа. Новая информационно-коммуникативная парадигма	Понятие медиаконвергенции. Конвергентные процессы в слое технических устройств, профессионализма, компонентов системы СМИ, компонентов системы массовых коммуникаций (СМК). Медиа, гипермедиа и трансмедиа. Состав и структура. Позиция рекламной и ПР-деятельности в этих системных образованиях.
7	Последствия для развития индустрии рекламы и ПР новой информационно-коммуникативной парадигмы	Базовые свойства медиасообщества: гипертекстовость, интерактивность, социальность. Особенности дискурса в медиасообществах. Понятие эпистемического дискурса в семантических сетевых пространствах. Средства формирования и управления дискурсом в медиасообществах. Медиаобразованность как новая цивилизационная детерминанта. Соотношение медиаобразованности и информационно-технологической культуры личности. Понятие медиа-культуры. Социальный заказ системе образования на формирование медиакультуры личности.

#### 4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Образовательные и информационные технологии
1	2	3	4
1.	Понятие медиа. Основные компоненты системы	Лекция 1.	Вводная лекция с использованием видеоматериалов

	массовой коммуникации (СМК) и системы СМИ	Самостоятельная работа	Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
2.	Современное понятие медиа, медиированной реальности и коммуникативного пространства	Лекция 2.  Практическое занятие 1.  Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов  Интеллект-карта, работа с кейсами  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
3.	Коммуникативные науки о медиа. Понятие медиалогии	Лекция 3.  Практическое занятие 2.  Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов  Презентация проекта  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
4.	Оценка действующих медиасообществ возникших на основе интернет СМИ второй версии сети	Лекция 4.  Практическое занятие 3.  Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов  Презентация проекта  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
5.	Медиасообщества и социальные медиа как феномен информационного общества	Практическое занятие 4.  Самостоятельная работа	Презентация проекта  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
6.	Конвергентные и дивергентные процессы в медиа. Новая информационно-коммуникативная парадигма	Практическое занятие 5.  Самостоятельная работа	Презентация проекта  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
7	Последствия для развития индустрии рекламы и ПР новой информационно-коммуникативной парадигмы	Практическое занятие 6.  Самостоятельная работа	Презентация проекта  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций



## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	1 баллов	5 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	30 баллов
- реферативный доклад (темы 1-3)	15 баллов	15 баллов
- реферативный доклад (темы 4-5)	15 баллов	15 баллов
Промежуточная аттестация (тестирование)	40 баллов	40 баллов
<b>Итого за семестр (дисциплину) экзамен</b>		100 баллов

Полученный совокупный результат 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

### 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворите- льно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

### **5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

#### **Оценочные средства текущего контроля**

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины предусмотрено одна текущая аттестация.

Форма текущего контроля: реферативный доклад.

#### **Тематика реферативных докладов**

##### *Текущая аттестация № 1.*

Формируемые компетенции: ПК-1.1.

1. Многообразие изучения коммуникации.
2. Информационный и кибернетический подход к изучению медиа.
3. Структура медиированной реальности.
4. Социально-психологический и антропологический подход к медиа.
5. Теории, идеи и персоналии в медиалогии.
6. Структура общения в медиареальности.
7. Системный подход к изучению феномена медиа.
8. Социально-психологический подход к изучению коммуникативных процессов: определение коммуникации, используемые понятия, основные представители и их теории.

##### *Текущая аттестация № 2.*

Формируемые компетенции: ПК-1.1.

1. Средства массовой информации как системный объект.
2. Влияние аудитории на систему СМИ.
3. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ.
4. Типология средств массовой информации.
5. Информационные агентства и другие структуры информационного обслуживания СМИ.
6. Тенденции развития системы СМИ в условиях общественной трансформации.
7. Радио в системе средств массовой коммуникации: особенности, функции, задачи.
8. Печатные СМИ в системе средств массовой информации.
9. Перспективы развития радио.
10. Специфика телевидения как средства массовой информации.
11. Предпосылки и основные этапы развития отечественного и зарубежного телевидения.
12. Виды телевидения: эфирное, сотовое, кабельное, интернет-ТВ.

### *Структура и содержание реферативного доклада*

Объем реферативного доклада – 7-10 стр.

*Структура доклада:*

Титульный лист (1 стр.). См. образец в приложении 1.

Содержание (1 стр.). См. образец в приложении 2.

Введение (1 стр.)

Основная часть (2-3 главы)

Заключение (1 стр.)

Список использованных источников и литературы (не менее 5 позиций: книг и статей).

*Во введении* доклада необходимо аргументировать актуальность выбранной темы для профессионала в области «связей с общественностью» и пояснить, почему вы выбрали именно ее.

*Основная часть* доклада состоит из двух и более частей (глав) в соответствии с составленным планом. Главы должны иметь название. Рекомендуется делать главы, равные по объему. В каждой из глав необходимо представить развернутое реферативное изложение одного из аспектов выбранной темы, а также провести сопоставление различных точек зрения на данную проблему. Во избежание плагиата на каждой странице требуется указывать постраничные ссылки на используемые источники и литературу. В конце реферативного изложения или сопоставления желательно также высказывать свое мнение по проблеме, избегая употребления личных местоимений первого лица («я» или «мы»).

*В заключении* доклада требуется сделать общий вывод по выбранной теме и охарактеризовать его значение для профессионала в области «связей с общественностью».

### *Правила оформления реферативного доклада*

Реферативный доклад выполняется на листах белой бумаги формата А4 (стандартная бумага для принтера). Поля - сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт желательно использовать стандартный, без насечек (рекомендуется гарнитура Times New Roman), кегль 14, интервал полуторный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц внизу посередине. Они нужны везде, кроме первого (титульного) листа. Для оформления ссылок используйте функцию «сноски внизу страницы» в программе Word.

Каждый раздел работы (содержание, введение, заключение, список использованных источников и литературы, приложение) и каждую главу целесообразно начинать с новой страницы. Названия разделов («Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников и литературы», «приложение») и глав («Глава 1. Название», «Глава 2. Название») выделить жирным шрифтом, выравнивать по центру.

*Указания по проведению текущей аттестации:* работа выполняется письменно и сдается в указанные сроки проведения текущей аттестации.

*Критерий оценки реферативного доклада:*

- всего за текущую аттестацию 15 баллов
- раскрыть в сообщении (тексте) ключевые идеи и характеристики рассматриваемой проблемы 10 баллов,
- указать источники – 2 баллов,
- формулировка выводов – 3 баллов.

## Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Форма проведения промежуточной аттестации: экзамена (тестирование).

### *Перечень вопросов для промежуточной аттестации*

Формируемые компетенции: ПК-1.1.

1. Определения понятий: Медиаобщества, сообщества практики и социальные медиа.
2. Понятие СМК. Состав и структура СМК.
3. Понятие системы СМИ. Состав и структура системы СМИ.
4. Понятие информационного общества, информационного общества и общества знания.
5. Объект и предмет медиаологии.
6. Методы исследования медиа.
7. Понятие социальности в социальных медиа, и практики в сообществах практики..
8. Понятие медиаконвергенции.
9. Базовые свойства медиаобщества: гипертекстовость, интерактивность, социальность.
10. Конвергентные процессы в слое технических устройств, профессионализма, компонентов системы СМИ, компонентов системы массовых коммуникаций (СМК).
11. Современное понятие медиа, медиасферы, и медиированной реальности.
12. Медиа, гипермедиа и трансмедиа. Состав и структура.
13. Медиаобразованность как новая цивилизационная детерминанта.
14. Понятие медиа-культуры.

### *Вопросы для тестирования*

Формируемые компетенции: ПК-1.1.

1. В чем проявляется культурологическая функция СМИ:
  - А. предоставление актуальной информации о различных сферах деятельности людей
  - Б. формирование общественного мнения и создание социальных стереотипов
  - В. снятие социальной напряженности, интеграция общества
  - Г. взаимодействие с массовой культурой.
2. Деятельности СМИ может быть прекращена или приостановлена
  - А. по решению органов государственной власти
  - Б. по решению учредителя
  - В. по решению суда по иску регистрирующего органа.
3. Для регулирующей функции СМИ характерно:
  - А. предоставление информации и возможность прогнозирования действий
  - Б. манипуляции и управление общественным сознанием
  - В. функции социального контроля
  - Г. формирует эстетический вкус, способствует сохранению культурных традиций.
4. Информационное общество — это:
  - А. общество, в котором господствует государственная информационная политика
  - Б. общество, в котором налажен информационный обмен
  - В. общество с развитыми СМИ
  - Г. открытое общество, в котором в качестве базисной характеристики выступает доминирующая личностная собственность на знания и информацию, имеющая свойства товара..
5. К средствам массовой информации не относится:
  - А. пресса

- Б. радио
  - В. художественная литература
  - Г. телевидение.
6. К средствам массовой информации относится:
- А. литература
  - Б. телевидение
  - В. Театр
  - Г. киноискусство.
7. К средствам массовой информации относят
- А. телеканал ОРТ
  - Б. книжное издательство «Просвещение»
  - В. театр «Современник»
  - Г. телетайп.
8. К техническим средствам коммуникации в отличие от СМИ относят:
- А. телевидение
  - Б. прессу
  - В. Телефон
  - Г. радиостанцию.
9. Какое из утверждений о природе СМИ является неверным:
- А. увеличение объемов информационных программ
  - Б. возможность интерактивности
  - В. СМИ не учитывают запросы потребителя
  - Г. СМИ предоставляет оценочную и социально значимую информацию.
10. Какой из основополагающих принципов законодательства в сфере массовой информации назван не правильно?
- А. принцип свободы массовой информации
  - Б. принцип баланса интересов
  - В. принцип идеологического однообразия
  - Г. принцип судебного разрешения споров.
11. Кто из перечисленных лиц не может выступать учредителем СМИ?
- А. органы государственной власти и органы местного самоуправления
  - Б. объединения граждан, предприятие, учреждение, организация, деятельность которой законом не запрещена
  - В. гражданин другого государства или лицо без гражданства, не проживающее постоянно на территории РФ
  - Г. гражданин, прибывающий в местах лишения свободы по решению суда.
12. Массовая коммуникация представляет собой
- А. Систему взаимосвязей, позволяющую получить практически одновременный доступ к социально значимым сообщениям большому числу людей, независимо от места расположения, социального статуса.
  - Б. Систему взаимосвязей, позволяющую получить ограниченный доступ к социально значимым сообщениям большому числу людей, независимо от места расположения, социального статуса.
  - В. Систему взаимосвязей, позволяющую получить доступ к социально значимым сообщениям небольшому числу людей в зависимости от места расположения, социального статуса.
13. Отказ в предоставлении запрашиваемой СМИ информации
- А. возможен по решению должностного лица
  - Б. не возможен
  - В. возможен, если информация содержит коммерческую или государственную тайну.
14. Первая российская печатная газета называлась
- А. «Ведомости»

- Б. «Известия»  
В. «Куранты»  
Г. «Новости».
15. Первоначальное значение слова «газета»  
А. периодическое печатное издание  
Б. информационный листок  
В. текст на пергаменте  
Г. итальянская мелкая монета, составлявшая цену письменного сообщения о какой-либо товарной новости.
16. Редакция не обязана:  
А. отвечать на письма граждан и пересылать эти письма организациям и должностным лицам, в чью компетенцию входит их рассмотрение  
Б. соблюдать авторские права на используемые произведения  
В. сохранять в тайне источник информации.
17. Рождение прессы датируется  
А. 1600 годом  
Б. 1603 годом  
В. 1609 годом  
Г. 1700 годом.
18. С какой функцией СМИ связано понятие массовой культуры:  
А. информационной  
Б. регулирующей  
В. Культурологической  
Г. социализации.
19. Социально обусловленное явление, основной функцией которого является воздействие на аудиторию через содержание передаваемой информации, называется  
А. социальным институтом  
Б. массовой коммуникацией  
В. социальным фактом  
Г. средствами массового воздействия.
20. Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации  
А. Телевидение  
Б. Радио  
В. Пресса  
Г. Интернет

*Критерий оценки теста:* за каждый правильный ответ ставится в два балла (максимум 40 баллов).

#### *Критерии оценки экзамена*

При проведении промежуточной аттестации студент должен ответить на вопросы теста. Количество баллов за тест определяется количеством правильных ответов.

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### **6.1. Список источников и литературы**

##### **Научные труды, монографии и статьи**

1. Барт Р. Мифологии. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2004.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. М., 1999. Гл. 2, 3, 5, 6.
3. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006.

4. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002.
5. Винер Н. Человек управляющий. СПб., 2001.
6. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: Весь мир, 2004.
7. Докучаев И.И. Введение в историю общения. Исторические типы общения. СПб., 2004.
8. Иванов Вяч. Вс. Наука о человеке: введение в современную ан-тропологию. М.: РГГУ, 2004.
9. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
10. Крэйг Р.Т. Теория коммуникации как область знания //компаративистика-ш: Альманах сравнительных социогуманитарных исследований / Под ред. Л.А. Вербицкой, В.В. Васильковой, В.В. Козловского, Н.Г. Скворцова. — СПб.: Социологическое общество им. М.М. Ковалевского, 2003. С. 5-44.
11. Лиотар Ж.Ф. Состояние постмодерна. СПб.: Алетейя, 1998.
12. Лотман Ю.М.Внутри мыслящих миров: человек – текст – семиосфера – история М.: Языки рус. культуры, 1999.
13. Луман Н. Власть. М.: Праксис, 2001.
14. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман; Пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. – М.: Логос, 2005. – 280 с.
15. Маклюен М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Канон-Пресс-Ц «Кучково поле», 2003.
16. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: знание, богатство и сила на пороге XXI века. М.: АСТ, 2001.
17. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб: Наука, 2000.

## Литература

### Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - (Высшее образование: Магистратура). 6 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/415337>
3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>
4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1036963>

### Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038950>



3. Медиа-система России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартаковой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа-рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст: электронный. -URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиариелейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - Текст: электронный. - URL:<https://new.znaniium.com/catalog/product/1039474>

#### **Рекомендуемая:**

1. Бакулев Г.П. Новые медиа: теория и практика. М., 2008. Гл. 1.
2. Медиа-философия / Под ред. В.В.Савчука. — СПб.: Изд-во СПб. Философского общества, 2008. — 346 с.
3. Калмыков А.А. Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности. URL: <http://jarki.ru/wpress/2011/04/28/2198/>
4. Кастеллс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастеллс; Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновой. — Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. — 328 с.
5. Гиренок.Ф.И. О коммуникативной природе современности // Консультант директора № 23 (275) – М.: Инфра М, 2006. С.24-27.
6. Дебрэ Р. Введение в медиологию / Пер. с франц. — М.: Праксис, 2010.
7. Тангейт М. Медиагиганты: Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
8. Тим Бернерс-Ли, Джеймс Хендлер, Ора Лассила (Перевод: Евгений Золин) Новая форма содержания Сети, понятная компьютерам, произведет революцию в ее возможностях. URL: <http://jarki.ru/wpress/2014/06/09/3129/>.Тим Бернерс-Ли. Интернет научится мыслить. URL: <http://www.vz.ru/society/2008/3/20/153668.html>
9. Фомичева И. Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. М.: : Аспект-Пресс, 2004.

#### **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urdo.rggu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru>
4. Report.ru. Сообщество экспертов ([www.report.ru](http://www.report.ru))
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru>
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledge.management.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства [http://binfo.ru/main/products.asp?company\\_id=91](http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91)

*Перечень современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС)*

№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

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

Кроме технических средств используется и прикладное программное обеспечение (Microsoft Word и Power Point версии не ниже 2003 года), позволяющее демонстрировать лекционные материалы (слайды) и задания к семинарам.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

#### *Состав программного обеспечения (ПО)*

№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
----	----------------------	-------	--------------

## 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 практических занятий**

**Практическое занятие 1 (4ч.). Современное понятие медиа, медиированной реальности и коммуникативного пространства.**

#### **Учебные вопросы**

1. Что такое медиа?
2. Понятие медиа в трактовке М.Макюена.
3. Медиированная реальность, конструкционизм, и информационно-коммуникативное пространство.

#### **Темы устных выступлений :**

1. Многообразие проявлений коммуникации в современном обществе.
2. Проблема определения коммуникации.
3. Парадигмальная природа коммуникации.
4. Понятие коммуникации как информационно-смыслового взаимодействия.
5. Существенные признаки коммуникации.
6. Факторы актуальности теоретического обоснования коммуникации.
7. Особенности технократического и социально-гуманитарного подходов к трактовке коммуникации.
8. Особенности самоопределения современного специалиста по коммуникациям.
9. Технологические предпосылки формирования и развития систем коммуникации.
10. Техничко-технологическая база современных коммуникаций: этапы становления, состав, перспективы развития.
11. Концепции развития технологических предпосылок коммуникации.
12. Общие культурные предпосылки изучения и реализации коммуникации.
13. Коммуникативная картина социальной реальности.

## Литература

### Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - (Высшее образование: Магистратура). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/415337>
3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/872861>
4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1036963>

### Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа релейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарелейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1039474>

## Интернет-ресурсы

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urdo.rgu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru/>
4. Report.ru. Сообщество экспертов ([www.report.ru](http://www.report.ru))
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru/>
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledge.management.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства [http://binfo.ru/main/products.asp?company\\_id=91](http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91)

## Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

## **Практическое занятие 2 (4ч.). Оценка действующих медиасообществ возникших на основе интернет СМИ второй версии сети**

### **Учебные вопросы.**

1. Слово и дело: почему и как возможна действенность коммуникации.
2. Как разные типы общества и разные представления об обществе влияют на понимание действенности коммуникации.
3. Формы действенности коммуникации в обществе: акт, поведение, деятельность, практика.
4. Понятие о коммуникативных практиках.
5. Виды коммуникации: основания выделения и причины разнообразия.
6. Различные виды коммуникации в профессиональной деятельности: открытый список.

**Творческое задание** (готовится всеми студентами, или в порядке согласованном с ведущим преподавателем).

Подготовьте эссе (краткое сочинение) на тему:

**«Мои социальные коммуникации: от разговоров к результатам».**

Примерные вопросы для рассмотрения: каковы основные социальные ситуации, в которых вы действуете; возможности и ограничения использования коммуникации в этих ситуациях; в чем проявляется ваш стиль соединения коммуникации с делами жизни; можно ли сказать, что вы практичны в коммуникациях? какие виды коммуникации являются для вас наиболее предпочтительными? какие виды коммуникации вы бы хотели освоить? можете ли вы предложить свой, пока не названный в книгах, вид коммуникации? (**Внимание.** Могут быть использованы и другие вопросы. Главное раскрыть тему эссе таким образом, чтобы охватить по возможности широко и полно содержание всей темы о практиках коммуникации).

### **Литература**

*Основная:*

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - (Высшее образование: Магистратура). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/415337>
3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>
4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1036963>

*Дополнительная:*

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523>

2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039474>

### **Интернет-ресурсы**

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urrrdo.rggu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru>
4. Report.ru. Сообщество экспертов ([www.report.ru](http://www.report.ru))
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru>
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledgemanagement.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства [http://binfo.ru/main/products.asp?company\\_id=91](http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91)

### **Материально-техническое обеспечение дисциплины**

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

### **Практическое занятие 3 (4ч.). Медиасообщества и социальные медиа как феномен информационного общества**

#### **Учебные вопросы:**

1. Структура и состав системы массовых коммуникаций (СМК).
2. Структура и состав системы СМИ.
3. Система СМИ как подсистема СМК.
4. Слои конвергенции в СМК. Трансмедиа, гипермедиа и медиа.

### **Литература**

#### **Основная:**

#### *Основная:*

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - (Высшее образование: Магистратура). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/415337>



3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/872861>
4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1036963>

*Дополнительная:*

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиариелейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039474>

### **Интернет-ресурсы**

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urdo.rggu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru>
4. Report.ru. Сообщество экспертов ([www.report.ru](http://www.report.ru))
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru>
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledge management.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства [http://binfo.ru/main/products.asp?company\\_id=91](http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91)

### **Материально-техническое обеспечение дисциплины**

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

### **Практическое занятие 4 (4ч.). Последствия для развития индустрии рекламы и PR новой информационно-коммуникативной парадигмы**

#### **Общие учебные вопросы:**

1. Целевые установки рекламы и связей с общественностью в рамках новой информационно-коммуникативной парадигмы.
2. Рыночные и социальные аспекты коммуникативной деятельности.
3. Конструирование реальности – свобода и ответственность профессионала.



## Литература:

### Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - (Высшее образование: Магистратура). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/415337>
3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>
4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1036963>

### Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - Текст электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039474>

## Интернет-ресурсы

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urro.rggu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru/>
4. Report.ru. Сообщество экспертов ([www.report.ru](http://www.report.ru))
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru/>
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledge.management.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства [http://binfo.ru/main/products.asp?company\\_id=91](http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91)

## Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

## **Практическое занятие 5 (4ч.). Методы оптимизации медиапродукции при ее Интернет-презентации.**

### **Учебные вопросы.**

1. Медиаметрические ресурсы.
2. Поведенческие факторы и индексы цитируемости поисковых систем.
3. Рейтинговые характеристики медиапродукта.

### **Литература**

#### *Основная:*

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - (Высшее образование: Магистратура). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/415337>
3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/872861>
4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1036963>

#### *Дополнительная:*

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиариелейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1039474>

### **Интернет-ресурсы**

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urdo.rgu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru/>
4. Report.ru. Сообщество экспертов ([www.report.ru](http://www.report.ru))
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru> ()

6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledgemanagement.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства  
[http://binfo.ru/main/products.asp?company\\_id=91](http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91)

### **Материально-техническое обеспечение дисциплины**

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

**Практическое занятие 6 (2ч.). Цифровые методы медиаэкспертизы и консалтинга.**

#### **Учебные вопросы.**

1. Интернет ресурсы медиаметрии.
2. Индексы цитируемости поисковых систем.
3. Методы оптимизации медиапродукции при ее Интернет-презентации.
4. Базовые показатели востребованности медиапродукта.

### **Литература**

#### *Основная:*

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - (Высшее образование: Магистратура). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/415337>
3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/872861>
4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1036963>

#### *Дополнительная:*

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии

PR. Мастер-класс). - Текст : электронный. - URL:  
<https://new.znaniyum.com/catalog/product/1039474>

### ***Интернет-ресурсы***

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urdo.rggu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru/>
4. Report.ru. Сообщество экспертов ([www.report.ru](http://www.report.ru))
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru> ()
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledge.management.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства  
[http://binfo.ru/main/products.asp?company\\_id=91](http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91)

### **Материально-техническое обеспечение дисциплины**

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Современная медиаиндустрия» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой теории и практики общественных связей.

*Цель дисциплины:* в результате изучения дисциплины студент должен овладеть целостным представлением о том, что такое медиа на современном этапе цивилизационного развития, методах и технологиях использования медиа в целях решения задач рекламы и связей с общественностью.

*Задачи:*

- Обеспечить понимание студентами базовых понятий и теоретических моделей медиасферы.

- Сформировать готовность студентов к использованию медийных методов и медиа-технологий при решении задач рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-1. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* основные перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга; технологии, методы и инструменты экспертизы и консалтинга в профессиональной сфере, основы стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий; основы управления бизнес-проектами;

*Уметь:* принимать нестандартные решения, разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов, оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки.

*Владеть:* навыками применения коммуникативных технологий в профессиональной сфере, экономического анализа в практической деятельности, разработки технико-экономические обоснования проектов, навыками саморазвития, самореализация, использования творческого потенциала.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена .

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

УТВЕРЖДЕНО  
Протокол заседания кафедры  
№ 13 от 18.06.2020г

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ**

в рабочей программе дисциплины *«Современная медиаиндустрия»*

по направлению подготовки *«Реклама и связи с общественностью»*

на 2020/2021 учебный год

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1	18.06.20г.	№ 13

1. В п.2 «Структура дисциплины» вносятся следующие изменения.

**Структура дисциплины для очной формы обучения**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 114 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 30ч., промежуточная аттестация 18 ч., самостоятельная работа обучающихся 66 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная					Самостоятель- ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточ- ная аттестация		
1	Понятие медиа. Основные компоненты системы массовой коммуникации (СМК) и системы СМИ	II	2					8	
2	Современное понятие медиа, медиированной реальности и коммуникативного пространства	II	2		4			8	
3	Коммуникативные науки о медиа. Понятие медиалогии	II	2		4			10	Текущий контроль: реферативный доклад.
4	Оценка действующих медиасообществ возникших на основе интернет СМИ второй версии сети	II	2		4			10	
5	Медиасообщества и социальные медиа как феномен информационального общества	II			4			10	Текущий контроль: реферативный доклад.
6	Конвергентные и	II			4			10	

	дивергентные процессы в медиа. Новая информационно-коммуникативная парадигма							
7	Последствия для развития индустрии рекламы и ПР новой информационно-коммуникативной парадигмы	II			2			10
	Экзамен	II					18	Тестирование
	итого:		8		22		18	66

2. В п.4 «Образовательные технологии» вносятся следующие изменения.

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.

3. В п.6.2 «Перечень БД и ИСС» вносятся следующие изменения.

№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



4. В п.7 «Состав программного обеспечения (ПО)» вносятся следующие изменения.

№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