

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Современные коммуникации и реклама

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная, заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Теория и практика медиакоммуникаций
Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

Доктор педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой медиакоммуникации Волкова В.В.

Ответственный редактор¹

Д.пед.н., проф. Волкова В.В.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы

№ 6 от 30.10.2024

¹ при его наличии

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
2. Структура дисциплины.....	6
3. Содержание дисциплины.....	8
4. Образовательные технологии.....	9
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	10
5.1. Система оценивания.....	10
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине.....	10
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	12
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	14
6.1. Список источников и литературы.....	14
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	
Ошибка! Закладка не определена.	
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	Ошибка! Закладка не определена.
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	16
9. Методические материалы.....	17
9.1. Планы семинарских/ практических занятий.....	18
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ	Ошибка! Закладка не определена.
Приложения.....	24
Приложение 1. Аннотация дисциплины.....	24

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – сформировать представление о медиакоммуникациях и возможностях их использования в решении профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть тезаурус дисциплины;
 - рассмотреть современную структуру и динамику медиасистемы;
- раскрыть исторические этапы развития отечественной медиасистемы;
- представить правовое и этическое регулирование современных медиа;
- дать представление о современной медиасистеме (печатные СМИ, информационные агентства, радиовещание, телевидение, онлайн-СМИ, социальные медиа, книгоиздание; киноиндустрия, реклама, связи с общественностью, медиакомпаниями);
- рассмотреть аудиторию, контент и технологии как три основные составляющие медиакоммуникаций.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций УК-1.1; ОПК-1.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2; ОПК-7.2

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Применяет знание основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода	<p><i>Знать:</i> теоретико-методологические положения философии, концептуальные подходы к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологические основы системного подхода</p> <p><i>Уметь:</i> применять теоретико-методологические положения философии, концептуальные подходы к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологические основы системного подхода</p>
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	<p><i>Знать:</i> особенности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p><i>Уметь:</i> выявлять отличительные особенности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p><i>Владеть:</i> методами определения</p>

		отличительных особенностей медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	<p><i>Знать:</i> основы подготовки текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p><i>Уметь:</i> разрабатывать тексты медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p><i>Владеть:</i> алгоритмами подготовки текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<p><i>Знать:</i> механизмы функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p><i>Уметь:</i> осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p><i>Владеть:</i> методами осуществления своих профессиональных действий с</p>

		учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК 7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	<i>Знать:</i> общепринятые стандарты и законы в области средств массовой информации <i>Уметь:</i> искать корректные творческие приемы при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации <i>Владеть:</i> корректными творческими приемами при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части базовых дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин «Социология», «Политология», «Теория и практика связей с общественностью».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Теория и практика рекламы», «Коммуникации в социальных сетях», «Ивент-коммуникации», «Медиапланирование», профессионально-ознакомительная практика.

2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
---------	---------------------	------------------

5/6	Лекции	28
5/6	Семинары/лабораторные работы	28
Всего:		56

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 70 академических часа(ов) , на контроль - 18 академических часов.

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семест р	Тип учебных занятий	Количество часов
6/7	Лекции	20
6/7	Семинары/лабораторные работы	28
Всего:		48

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 150 академических часа(ов) , на контроль - 18 академических часов.

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семест р	Тип учебных занятий	Количество часов
6/7	Лекции	8
7	Семинары/лабораторные работы	8
Всего:		16

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 119 академических часа(ов) , на контроль - 9 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Введение в дисциплину	Понятие о коммуникации: феномен коммуникации и возможности его изучения. Соотношение понятий: СМИ, массовые коммуникации, медиа, медиакommunikации. Ключевые характеристики медиакommunikаций в современном мире.
2	Современная структура и динамика медиасистемы	Средства массовой информации/массмедиа: определение. Основные сегменты медиасистемы. Медиасистема: основные силы влияния. Динамика национальных медиасистем в XX-XXI вв. Медиасистема современной России.
3	Правовое и этическое регулирование массмедиа	Нормативно-правовая база в сфере массмедиа: основные этапы. Законодательство о медиа: источники, ограничительная политика. Организация деятельности массмедиа. Отношения массмедиа с гражданами и организациями. Права и обязанности журналиста. Освобождение редакции и журналиста от ответственности. Этическое регулирование массмедиа.
4	Печатные массмедиа	Основные этапы формирования современных печатных массмедиа. Основные характеристики газетной периодики. Современная журнальная периодика. Региональная, городская и районная пресса. Тенденции развития печатных массмедиа.
5	Информационные агентства	Информационные агентства в России: исторический обзор. Информационные агентства как тип массмедиа. Типология российских информационных агентств. Российские ИА в условиях развития новых информационных технологий.
6	Радиовещание	Становление современного российского радиовещания. Основные сегменты системы радиовещания. Факторы влияния на российское радиовещание. Типы и форматы радиостанций.
7	Телевидение	Становление современного российского телевидения. Факторы влияния на российской телевидение. Доставка телевизионного сигнала и телевизионных программ на принимающие устройства. Производство телевизионного контента. Телеканалы.
8	Онлайн-СМИ	Технологические предпосылки формирования онлайн-СМИ. Классификация онлайн-СМИ. Особенности потребления и аудитория онлайн-СМИ. Контент онлайн-СМИ. Бизнес-модели онлайн-СМИ. Перспективы развития онлайн-СМИ.
9	Социальные медиа	Общая характеристика социальные медиа. Особенности развития Рунета. Особенности функционирования социальных сетей. Поисковые

		системы и мессенджеры. Блогеры, инфлюенсеры и «новые профессионалы». Актуальные тенденции развития российских социальных медиа.
10	Книгоиздание	Становление книгоиздательской отрасли в России. Система государственной поддержки книгоиздания. Основные тенденции развития книгоиздательской отрасли на современном этапе. Книгоиздательская деятельность. Система книгораспространения России.
11	Киноиндустрия	Основные этапы развития отечественного кино. Государственная поддержка и регулирование в сфере кинематографии РФ. Финансирование аудиовизуального проекта. Кинопрокат и кинопоказ. Видеопиратство в России. Видео по запросу.
12	Реклама	Становление медиарекламного рынка в современной России. Реклама как основа бизнес-модели российских медиа. Особенности рекламных продаж в российских медиа. Реклама в контенте медиа.
13	Связи с общественностью	Основные тенденции развития связей с общественностью. Типы коммуникаций в связях с общественностью. Институциональная структура ПР-рынка. Профессиональные сообщества в сфере связей с общественностью.
14	Медиакомпании	Экономическая история российской медиасистемы. Особенности российских медиакомпаний.
15	Аудитория медиакоммуникаций	Определение понятия. Характеристика и типология аудитории. Аудитория различных массмедиа.
16	Медиаконтент	Определение понятия. Релевантный и нерелевантный медиаконтент. Правила хорошего медиаконтента. Уникальный и неуникальный медиаконтент. Виды медиаконтента. Анализ медиаконтента. Принципы распространения контента и феномен отчужденных площадок.
17	Медиапродукт	Определение понятия. Медиарынок. Производители медиапродукта: аудитория массмедиа – зрители, читатели или слушатели; рекламодатели. Специфичные базовые характеристики.
18	Медиапроект	Определение понятия. Особенности подготовки. Этапы разработки и реализации медиапроектов. Проблемы реализации.
19	Технологии медиакоммуникациях	в Возможности мультимедийных ресурсов. Медиаплатформы как новые платформы распространения контента.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-5, 11-15)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 6-10, 16-19)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой, экзамен		40 баллов
Итого за семестр		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»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. 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. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
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 выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. 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 выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетво- рительно»/ 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> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		дисциплиной, не сформированы.

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

5.3.1. Перечень вопросов для промежуточной аттестации.

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации (зачет с оценкой)

1. Понятие о коммуникации: феномен коммуникации и возможности его изучения.
2. Соотношение понятий: СМИ, массовые коммуникации, медиа, медиакommunikation.
3. Ключевые характеристики медиакommunikation в современном мире.
4. Основные сегменты медиасистемы.
5. Медиасистема: основные силы влияния.
6. Медиасистема современной России.
7. Нормативно-правовая база в сфере массмедиа: основные этапы.
8. Законодательство о медиа: источники, ограничительная политика.
9. Организация деятельности массмедиа.
10. Отношения массмедиа с гражданами и организациями.
11. Права и обязанности журналиста.
12. Освобождение редакции и журналиста от ответственности.
13. Этическое регулирование массмедиа.
14. Основные этапы формирования современных печатных массмедиа.
15. Основные характеристики газетной периодики.
16. Современная журнальная периодика.
17. Региональная, городская и районная пресса.
18. Тенденции развития печатных массмедиа.
19. Информационные агентства как тип массмедиа.
20. Типология российских информационных агентств.
21. Российские ИА в условиях развития новых информационных технологий.
22. Основные сегменты системы радиовещания.
23. Типы и форматы радиостанций.
24. Факторы влияния на российское телевидение.
25. Производство телевизионного контента. Телеканалы.
26. Технологические предпосылки формирования онлайн-СМИ.
27. Классификация онлайн-СМИ.
28. Особенности потребления и аудитория онлайн-СМИ. Контент онлайн-СМИ.
29. Бизнес-модели онлайн-СМИ. Перспективы развития онлайн-СМИ.
30. Общая характеристика социальных медиа.
31. Особенности развития Рунета.
32. Особенности функционирования социальных сетей.
33. Поисковые системы и мессенджеры. Блогеры, инфлюенсеры и «новые профессионалы».
34. Актуальные тенденции развития российских социальных медиа.
36. Основные тенденции развития книгоиздательской отрасли на современном этапе.
37. Книгоиздательская деятельность.
38. Система книгораспространения России.

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации (экзамен)

1. Основные этапы развития отечественного кино.
2. Государственная поддержка и регулирование в сфере кинематографии РФ.
3. Финансирование аудиовизуального проекта.
4. Кинопрокат и кинопоказ.
5. Видеопиратство в России.
6. Видео по запросу.
7. Становление мелиарекламного рынка в современной России.
8. Реклама как основа бизнес-модели российских медиа.
9. Особенности рекламных продаж в российских медиа.
10. Реклама в контенте медиа.
11. Основные тенденции развития связей с общественностью.
12. Типы коммуникаций в связях с общественностью.
13. Институциональная структура ПР-рынка.
14. Профессиональные сообщества в сфере связей с общественностью.
15. Экономическая история российской медиасистемы.
16. Особенности российских медиакомпаний.
17. Характеристика и типология аудитории.
18. Аудитория различных массмедиа.
19. Определение понятия «медиаконтент».
20. Релевантный и нерелевантный медиаконтент.
21. Правила хорошего медиаконтента.
22. Уникальный и неуникальный медиаконтент.
23. Виды медиаконтента. Анализ медиаконтента.
24. Принципы распространения контента и феномен отчужденных площадок.
25. Определение понятия «медиапродукт». Специфичные базовые характеристики.
26. Медиарынок. Производители медиапродукта: аудитория массмедиа – зрители, читатели или слушатели; рекламодатели.
27. Понятие и особенности подготовки медиапроектов.
28. Этапы разработки и реализации медиапроектов.
29. Возможности мультимедийных ресурсов.
30. Медиаплатформы как новые платформы распространения контента.

5.3.2. Оценочные средства текущего контроля:

Темы докладов (текущий контроль):

1. Понятие о коммуникации: феномен коммуникации и возможности его изучения.
2. Соотношение понятий СМИ, массовые коммуникации, медиа, медиакоммуникации.
3. Ключевые характеристики медиакоммуникаций в современном мире.
4. Становление и развитие медиакоммуникаций.
5. PR-деятельность в системе медиакоммуникаций.
6. Реклама в системе медиакоммуникаций.
7. Медиапроекты: предназначение, основы построения и реализации.
8. Основные направления в изучении медиакоммуникаций: концепции, идеи, персоналии.
9. Медиапроекты в социальной сфере: примеры, предназначение, перспективы.
10. Медиапроекты в социально-культурной сфере: примеры, предназначение, перспективы.
11. Медиапроекты в производственной сфере: примеры, предназначение, перспективы.
12. Медиапроекты в политической сфере: примеры, предназначение, перспективы.

13. Медиаконтент и медиапродукты.
14. Типология медиаконтента. Социальные тренды контента.
15. Новые принципы распространения контента и феномен «отчужденных площадок».
16. Модели развития медиакоммуникаций как социального института.
17. Виды новых мультимедийных платформ, каналов коммуникации и сервисов.
18. Медиакультура и медиакоммуникации в контексте российской модернизации.
19. Перспективы развития медиакоммуникаций.

Контрольные задания (текущий контроль):

(групповая и индивидуальная разработка медиаконтента, медиапродукта, медиапроекта)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники

Основные

1. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» (С изменениями и дополнениями). Электронный документ. – URL: <https://base.garant.ru/10164247/> (дата обращения 24.07.2022). – Режим доступа свободный
2. Закон РФ от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (С изменениями и дополнениями). Электронный документ. – URL: <https://base.garant.ru/10164247/> (дата обращения 24.07.2022). – Режим доступа свободный
3. О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-20230 годы. Указ Президента Российской Федерации от 9.05.2017 № 203. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363
4. Указ Президента РФ от 7.05.2018 № 204 (ред. 19.07.2018) «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297432
5. Федеральный закон «О связи» от 7.07.2003 «№ 126-ФЗ. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_243224
6. Федеральный закон «О информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798

Дополнительные

1. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. – М.: Весь Мир, 2004. – 188 с.
2. Бернейс Э. Кристаллизация общественного мнения. – М.: Вильямс, 2015. – 272 с.
3. Блэк С. «Паблик рилейшнз»: что это такое? – М., 1990. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
4. Буари Филипп А. Паблик рилейшнз или стратегия доверия. – М., 2001. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
5. Доти Д. Паблицити и паблик рилейшнз. – М., 1996. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

6. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики. – Харьков: Гуманитарный центр, 2015.
7. Гэд Т. 4 D брендинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики. – СПб.: Изд-во Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. – 252 с.
8. Кириллова Н.Б. Медиалогия как синтез. – М.: Академические проект, 2013. – 368 с.
9. Клюканов И.Э. Коммуникативный универсум. – М.: РОССПЭН, 2010.
10. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. – М.: Жуковский, 2003.
11. Новые медиа: социальная теория и методология исследования: словарь-справочник. – СПб.: Алетейя, 2017.
12. Урри Д. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия. (Пер. с англ.). – М.: Высшая школа экономики, 2012. – 600 с.
13. Шваб К. Четвертая промышленная революция. – М.: Изд-во «Э», 2017. – 296 с.
14. Харрисон Ш. Связи с общественностью. Вводный курс. – М., 2003. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

Литература

Основная

1. Вартанова Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2019. – 224 с.
2. Медиасистема России: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Вартановой. – 2-е изд. – М.: Аспект Пресс, 2021. – 424 с.
3. Мухаев Р.Т. Медиapolитика: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 401 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
4. Фадеева Е.Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Н. Фадеева, А.В. Сафронов, М.А. Красильникова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 486 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
6. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная

1. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. – М.: Аспект Пресс, 2015.
2. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2004.
3. Музыкант В. А. Реклама и PR-технологии. – М., 2000. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учебник для студентов вузов. – 3-е изд. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 302 с. – URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

5. Сальникова Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2015. – 296 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

6. 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. – ISBN 978-5-9765-0749-4. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

Консультант Плюс

Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

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

9.2. Планы семинарских/ практических занятий

Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1. Введение в дисциплину

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие о коммуникации: феномен коммуникации и возможности его изучения.
2. Соотношение понятий: СМИ, массовые коммуникации, медиа, медиакommunikation.
3. Ключевые характеристики медиакommunikation в современном мире.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 2. Современная структура и динамика медиасистемы

Вопросы для обсуждения:

1. Средства массовой информации/массмедиа: определение.
2. Основные сегменты медиасистемы.
3. Медиасистема: основные силы влияния.
4. Динамика национальных медиаистем в XX-XXI вв.
5. Медиасистема современной России.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 3. Правовое и этическое регулирование массмедиа

Вопросы для обсуждения:

1. Нормативно-правовая база в сфере массмедиа: основные этапы.
2. Законодательство о медиа: источники, ограничительная политика.
3. Организация деятельности массмедиа.
4. Отношения массмедиа с гражданами и организациями.
5. Права и обязанности журналиста.
6. Освобождение редакции и журналиста от ответственности.
7. Этическое регулирование массмедиа.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 4. Печатные массмедиа

Вопросы для обсуждения:

1. Основные этапы формирования современных печатных массмедиа.
2. Основные характеристики газетной периодики.
3. Современная журнальная периодика.
4. Региональная, городская и районная пресса.
5. Тенденции развития печатных массмедиа.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 5. Информационные агентства

Вопросы для обсуждения:

1. Информационные агентства в России: исторический обзор.
2. Информационные агентства как тип массмедиа.
3. Типология российских информационных агентств.
4. Российские ИА в условиях развития новых информационных технологий.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 6. Радиовещание

Вопросы для обсуждения:

1. Становление современного российского радиовещания.
2. Основные сегменты системы радиовещания.
3. Факторы влияния на российское радиовещание.
4. Типы и форматы радиостанций.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 7. Телевидение

Вопросы для обсуждения:

1. Становление современного российского телевидения.
2. Факторы влияния на российское телевидение.

3. Доставка телевизионного сигнала и телевизионных программ на принимающие устройства.
4. Производство телевизионного контента.
5. Телеканалы.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 8. Онлайн-СМИ

Вопросы для обсуждения:

1. Технологические предпосылки формирования онлайн-СМИ.
2. Классификация онлайн-СМИ.
3. Особенности потребления и аудитория онлайн-СМИ.
4. Контент онлайн-СМИ.
5. Бизнес-модели онлайн-СМИ.
6. Перспективы развития онлайн-СМИ.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 9. Социальные медиа

Вопросы для обсуждения:

1. Общая характеристика социальные медиа.
2. Особенности развития Рунета.
3. Особенности функционирования социальных сетей.
4. Поисковые системы и мессенджеры.
5. Блогеры, инфлюенсеры и «новые профессионалы».
6. Актуальные тенденции развития российских социальных медиа.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 10. Книгоиздание

Вопросы для обсуждения:

1. Становление книгоиздательской отрасли в России.
2. Система государственной поддержки книгоиздания.
3. Основные тенденции развития книгоиздательской отрасли на современном этапе.
4. Книгоиздательская деятельность.

5. Система книгораспространения России.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 11. Киноиндустрия

Вопросы для обсуждения:

1. Основные этапы развития отечественного кино.
2. Государственная поддержка и регулирование в сфере кинематографии РФ.
3. Финансирование аудиовизуального проекта.
4. Кинопрокат и кинопоказ.
5. Видеопиратство в России.
6. Видео по запросу.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 12. Реклама

Вопросы для обсуждения:

1. Становление медиарекламного рынка в современной России.
2. Реклама как основа бизнес-модели российских медиа.
3. Особенности рекламных продаж в российских медиа.
4. Реклама в контенте медиа.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 13. Связи с общественностью

Вопросы для обсуждения:

1. Основные тенденции развития связей с общественностью.
2. Типы коммуникаций в связях с общественностью.
3. Институциональная структура ПР-рынка.
4. Профессиональные сообщества в сфере связей с общественностью.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 14. Медиакомпания

Вопросы для обсуждения:

1. Экономическая история российской медиасистемы.
2. Особенности российских медиакомпаний.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 15. Аудитория медиакоммуникаций

Вопросы для обсуждения:

1. Определение понятия.
2. Характеристика и типология аудитории.
3. Аудитория различных массмедиа.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 16. Медиаконтент

Вопросы для обсуждения:

1. Определение понятия.
2. Релевантный и нерелевантный медиаконтент.
3. Правила хорошего медиаконтента.
4. Уникальный и неуникальный медиаконтент.
5. Виды медиаконтента.
6. Анализ медиаконтента.
7. Принципы распространения контента и феномен отчужденных площадок.

Задание. Разработка медиаконтента (групповая работа).

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

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.

Тема 17. Медиапродукт

Вопросы для обсуждения:

1. Определение понятия.
2. Медиарынок.

3. Производители медиапродукта: аудитория массмедиа – зрители, читатели или слушатели; рекламодатели.

4. Специфичные базовые характеристики.

Задание. Разработка медиапродукта (групповая работа).

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Тема 18. Медиапроект

Вопросы для обсуждения:

1. Определение понятия.
2. Особенности подготовки.
3. Этапы разработки и реализации медиапроектов.
4. Проблемы реализации.

Задание. Разработка медиапроектаа (групповая работа).

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Тема 19. Технологии в медиакоммуникациях

Вопросы для обсуждения:

1. Возможности мультимедийных ресурсов.
2. Медиаплатформы как новые платформы распространения контента.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Цель дисциплины – сформировать представление о медиакommunikациях и возможностях их использования в решении профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть тезаурус дисциплины;
- рассмотреть современную структуру и динамику медиасистемы;
- раскрыть исторические этапы развития отечественной медиасистемы;
- представить правовое и этическое регулирование современных медиа;
- дать представление о современной медиасистеме (печатные СМИ, информационные агентства, радиовещание, телевидение, онлайн-СМИ, социальные медиа, книгоиздание; киноиндустрия, реклама, связи с общественностью, медиакомпанияи);
- рассмотреть аудиторию, контент и технологии как три основные составляющие медиакommunikаций.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: особенности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; основы подготовки текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; механизмы функционирования конкретной медиакommunikационной системы; общепринятые стандарты и законы в области средств массовой информации.

Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; разрабатывать тексты медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы; искать корректные творческие приемы при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации.

Владеть: методами определения отличительных особенностей медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; алгоритмами подготовки текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; методами осуществления своих профессиональных действий с учетом механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы корректными творческими приемами при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации.