

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 теории и практики общественных связей

СОВРЕМЕННАЯ МЕДИАИНДУСТРИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.04.01 – Реклама и связи с общественностью

Код и наименование направления подготовки/специальности

Медиатехнологии в современной коммуникативной индустрии

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: **магистратура**

Форма обучения: **очно-заочная**

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

СОВРЕМЕННАЯ МЕДИАИНДУСТРИЯ

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

доктор. филос. наук, профессо С.В. Клягин

.....

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры теории

и практики общественных связей

№ 4 от 25.11.24г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	<u>Пояснительная записка</u>	4
1.1.	<u>Цель и задачи дисциплины</u>	4
1.2.	<u>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</u>	4
1.3.	<u>Место дисциплины в структуре образовательной программы</u>	5
2.	<u>Структура дисциплины</u>	5
3.	<u>Содержание дисциплины</u>	5
	<u>Коммуникативные науки о медиа. Понятие медиалогии</u>	5
	<u>Оценка действующих медиасообществ возникших на основе интернет СМИ второй версии сети</u>	6
4.	<u>Образовательные технологии</u>	6
5.	<u>Оценка планируемых результатов обучения</u>	7
5.1	<u>Система оценивания</u>	7
5.2	<u>Критерии выставления оценки по дисциплине</u>	7
5.3	<u>Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине</u>	9
6.	<u>Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины</u>	12
6.1	<u>Список источников и литературы</u>	12
6.2	<u>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</u>	14
6.3	<u>Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы</u>	14
7.	<u>Материально-техническое обеспечение дисциплины</u>	14
8.	<u>Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов</u>	14
9.	<u>Методические материалы</u>	15
9.1	<u>Планы практических занятий</u>	15
9.2	<u>Методические рекомендации по подготовке письменных работ</u>	17
	<u>Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины</u>	19

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 сфер	ПК-1.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.	<p><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;</p> <p><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.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками применения коммуникативных технологий в профессиональной сфере, экономического анализа в практической деятельности, разработки технико-экономические обоснования проектов, навыками саморазвития,</p>

		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.

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, Теория и практика современных медиа, Язык и речь современных медиа.

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

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 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:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
III	Лекции	8
III	Семинары	16
Всего:		24

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа.

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. Психологическая 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 науки о медиа. Понятие медиалогии	Философская рефлексия современных медиа. Постструктурализм, семиотика, постмодернизм, феноменология, герменеватика. Философия медиа.

		Коммуникативные науки, коммуникатология, коммуникативистика, медиология. Объект и предмет медиаологии. 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 образование на формирование медиакультуры личности.

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	1 балл	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 – экзамен (тестирование)		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	A	
83 – 94		B	
68 – 82	хорошо	зачтено	
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	FX	
0 – 19		не зачтено	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	<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> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	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	удовлетворительно/ 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	неудовлетворительно/ 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 выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

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 две текущие аттестации.

Форма текущего контроля: реферативный доклад.

Тематика реферативных докладов

Текущая аттестация № 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.

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.

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: тестирование.

Перечень вопросов для промежуточной аттестации (экзамен)

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, информационального 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

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. Ускользящий 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.: Алетейа, 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. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации: учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 3 — URL: <https://urait.ru/bcode/540748/p.3>

Дополнительная:

1. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871>
2. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент: учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518357>
3. Ефанов, А. А. Социология медиакультуры и медиаобразования: учебное пособие для вузов / А. А. Ефанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12432-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518718>
4. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258>
5. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа: курс лекций / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150923>

Монографии:

1. Кириллова, Н. Б. Медиалогия как синтез наук: монография / Н. Б. Кириллова. — Москва: Академический Проект, 2020. — 368 с. — ISBN 978-5-8291-2678-0. — Текст:

- электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133156>
2. Хорольский, В. В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации: монография / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 243 с. - ISBN 978-5-9765-2468-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150925>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
5. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru>
6. Report.ru. Сообщество экспертов (www.report.ru)
7. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru>
8. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledgemanagement.report.ru/>
9. Информационная поддержка предпринимательства http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

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

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. 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.

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:

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

9.1 Планы практических занятий

Тема 1. 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.

Тема 2. 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).

Тема 3. 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.

Тема 4. Последствия для развития индустрии рекламы и ПР новой информационно-коммуникативной парадигмы

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.

Тема 5. Методы оптимизации медиапродукции при ее Интернет-презентации.

Учебные вопросы.

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

Тема 6. 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.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

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.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины «Современная медиаиндустрия»: 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.

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.