

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра телевизионных, радио– и интернет-технологий

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Специальность: 55.05.04 Продюсерство

Специализация: Продюсер мультимедиа

Уровень высшего образования: *специалитет*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Современные медиакоммуникации

Рабочая программа дисциплины

Составитель: Канд.эконом.наук Ярных В.И..

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры
телевизионных, радио– и интернет-технологий
№ 12 от 18.11.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины

3. Содержание дисциплины

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

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

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель: Познакомить студентов с ключевыми аспектами современных медиакоммуникации, их ролью в современном мире.

Задачи:

- изучение современных средств массовой информации и коммуникации;
- изучение возможности влияния на общество и общественное мнение с помощью медиа;
- изучение средств, функций и методов медиа-коммуникаций в разных сферах общественной жизни;
- знакомство с навыками эффективного общения и практической работы в медиасреде.

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

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами	<i>Знать:</i> понятие массовой коммуникации, её средства и свойства; <i>Уметь:</i> ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа. <i>Владеть:</i> методами сбора информации, ее проверки и анализа быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа;
	УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых)	<i>Знать:</i> базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских <i>Уметь:</i> анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества; ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые

	языках	являются объектом освещения в СМИ. <i>Владеть:</i> навыками взятия интервью, его расшифровки и согласования с интервьюируемым.
	УК-4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках	<i>Знать:</i> требования к деловой коммуникации <i>Уметь:</i> использовать правила современной деловой коммуникации в профессиональной деятельности <i>Владеть:</i> навыками оценки документов с точки зрения требований к деловой коммуникации
ОПК-4. Способен распознавать художественную, общественную и коммерческую ценность творческого проекта, генерировать идеи создания новых проектов в области экранных или исполнительских искусств	ОПК-4.1. знает условия, необходимые для реализации творческого проекта и умеет анализировать спрос на творческие проекты	<i>Знать:</i> основные тенденции развития и общественных и государственных институтов, а также специфику современных медиакоммуникационных процессов, приемы работы в различных сферах медиакоммуникации, в том числе журналистике, PR и рекламе с соблюдением интересов и потребностей аудитории, положения и методы теории и практики медиакоммуникаций для решения социальных и профессиональных задач; <i>Уметь:</i> прогнозировать взаимодействие общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и(или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; гибко адаптироваться к различным профессиональным ситуациям, применять изученные теоретические подходы для оценки и анализа медиакоммуникаций в современном обществе, применять полученные знания в

		<p>практической работе в сфере медиакоммуникаций, в том числе при принятии социально-ответственных решений в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности;</p> <p><i>Владеть:</i> способностью осознавать и учитывать потребности разных аудиторий в процессе подготовки развлекательных и информационных медиапродуктов; навыками управления информационной повесткой дня, рефрейминга информации, навыками работы с различными медиатехнологиями, в том числе визуальными, аудио, текстовыми (сторителлинг); навыками принятия социально-ответственных решений в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности; навыками установления, поддержания и развития межличностных и деловых отношений.</p> <p>навыками</p>
--	--	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современные медиакоммуникации» относится к обязательной части учебного плана.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

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	Лекции	20
	Практические занятия	22
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов, в том числе 18 часов на подготовку к промежуточной аттестации.

3.Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Введение в предмет. Массовая коммуникация как система.	Структурные элементы медиасистемы. Массы как объект и субъект коммуникации. Проблема объективности в передаче фактов и сообщений и субъективности их трактовки коммуникатором.
2	Базовые принципы формирования медиасистем, специфика различных СМИ	Особенности крупнейших зарубежных национальных систем СМИ; мировые тенденции развития медиаотрасли. Основные виды, типы СМИ, базовые типологические признаки: функции, аудитория, принципы формирования содержания (контента), методы работы журналиста;
3	Особенности национальной медиамодели и реалии функционирования российских СМИ	Структура СМИ России: общенациональные и региональные печатные и электронные каналы массовой коммуникации. инфраструктура; отличительные черты различных средств массовой информации (пресса, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет- СМИ, мобильные медиа),
4	Влияние на общество и общественное мнение с помощью СМИ	Характер воздействия СМИ; взаимодействие потребительской аудитории и СМИ; СМИ и их влияние на общественное сознание России; особенности влияния прессы, радио, телевидения, интернета и рекламы.
5	Эффективное общение и практическая работа в медиасреде	Алгоритмизация поиска. Специализированные поисковые механизмы. Основные этапы поиска.
6	XXI век- век информационного общества	Становление информационного общества. Определения и признаки информационного общества. Специфика - система и структура - информационного пространства. Типология медиасистем. Корпоративные коммуникации в информационном обществе
7	Корпоративные коммуникации в глобальном мире. Типы и виды корпоративных коммуникаций	Глобальный мир и корпоративные коммуникации. Типы и виды корпоративных коммуникаций. История развития. Глобальность и локализация корпоративных коммуникаций.
8	Инструменты и технологии развития глобальных корпоративных коммуникаций. Внешнее и внутреннее влияние	Внешние и внутренние корпоративные коммуникации. Глобальность корпорации – глобальность корпоративных коммуникаций. Сотрудники как внутренние клиенты. Стратегический и операционный фокус корпоративных коммуникаций. Интегрированность корпоративных коммуникаций с маркетинговыми коммуникациями. Вклад в формирование глобального медиапространства.

9	Репутационный менеджмент в глобальных корпоративных коммуникациях. Работа с личной, профессиональной и корпоративной репутацией	Репутация и управление репутацией в современном информационном обществе. Репутация личная, профессиональная, корпоративная. Элементы и технологии репутационного менеджмента в глобальных корпоративных коммуникациях. Корпоративная социальная ответственность. Глобальные корпоративные коммуникации и нефинансовая отчетность. Презентация групповой работы
10	Роль корпоративных коммуникаций в современном информационном и медиапространстве	Подходы к развитию глобального медиапространства. Вклад корпоративных коммуникаций в развитие глобального медиапространства. Развитие глобальных брендов. Этика в глобальных корпоративных коммуникациях.

4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ 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: - <i>реферат</i>	30 баллов	30 баллов
- <i>доклад</i>	30 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация: экзамен	40 баллов	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			C
56 – 67			D
50 – 55	удовлетворительно	не зачтено	E
20 – 49			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/ А,В	«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>
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>
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>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
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>

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

Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости по дисциплине

Примерная тематика рефератов (УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-4.1):

1. Драйверы развития глобального медиапространства
2. Медиа технологии в современном обществе
3. Роль глобализации в развитии современного медиапространства
4. Процессы глобализации и глокализации в медиасфере
5. Формирование общественного мнения в современных масс-медиа
6. Лидеры мнений как часть современной медиасистемы
7. Роль лидеров мнений в процессе формирования общественного мнения
8. Технологии формирования общественного мнения
9. Технологии манипуляций в современном медиапространстве.
10. Корпоративные медиа в современном медиапространстве
11. Функции цифровых медиа в культуре глобального информационного общества
12. Медиакоммуникации в контексте теорий глобализации и мобильности.
13. Теории развития информационного общества.
14. Журналистика в современном медиамире .

15. Роли журналистики в современном обществе.

16. Теории манипуляции общественным мнением.

Критерии оценки реферата:

15-20 баллов - Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

10-14 баллов - Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

5-9 баллов - Присутствуют серьёзные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

0-4 баллов - Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

Подготовка доклада (УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-4.1):

Студентам предлагается выполнить доклад на тему: «Инструменты и технологии глобальных корпоративных коммуникаций в современном информационном обществе»

Перечень тем для подготовки научной работы.

1. Понятие корпорации. Цели, задачи, функции корпорации в XXI веке.
2. Корпорация и социум. Понятие корпоративной социальной ответственности.
3. Корпоративные стратегии и коммуникации. Типология корпоративной коммуникации. Коммуникации маркетинга и связей с общественностью и каналы их реализации.
4. Понятие корпоративного медиа. Особенности функционирования корпоративного медиа.
5. Типология корпоративных медиа. Издания корпоративной журналистики для внутренней, внешней, смешанной аудитории.
6. Печатные, аудио, видео, интернет-СМК корпорации. Издательские стратегии корпоративных медиа.
7. Реализация корпоративных медиапроектов (на примере реальных медиапроектов).
8. Формирование корпоративных СМК: внутренние ресурсы и аутсорсинг.
9. Корпоративные медиа и формирование репутационного капитала корпорации.
10. Понятие корпоративной журналистики. Цели, задачи, функции корпоративной журналистики. Свобода слова в корпоративном медиа.
11. Функции корпоративной журналистики.
12. Организационные функции корпоративной журналистики. Проведение специальных акций внутри организации и во внешнем контуре.
13. Корпоративные медиа и журналистика в формировании лояльности внутренних, смешанных, внешних аудиторий.
14. Бренд-менеджмент как задача корпоративных медиа.
15. Корпоративные медиа и корпоративная журналистика как специфическая институциональная сфера медиадеятельности.
16. Корпоративная журналистика в системе корпоративной коммуникации корпорации. Принципы взаимодействия с корпоративными службами, аудиторией.
17. Корпоративная журналистика и формирование мнения внутренней общественности: принципы, методы, решения. Корпоративная журналистика и внешняя медиакommunikация.
18. Внешние корпоративные медиа как политический и маркетинговый ресурс корпорации.

19. Реализация целей корпоративных связей с общественностью корпоративными СМИ во внешней коммуникации.
20. Интегрированные маркетинговые задачи внешней коммуникации корпоративных медиа.
21. Проектирование корпоративного издания. Стратегия и концепция корпоративного издания. Тип, структура издания. Макрожанр, жанры корпоративного СМИ. Особенности структуры, дизайна корпоративных медиа.
22. Организация работы редакции. Принципы взаимодействия и формы участия в работе редакции специалистов по связям с общественностью корпорации. Сопровождение работы редакции службами по связям с общественностью.
23. Формирование стратегии взаимодействия редакции и персонала компании. Регламенты работы корпоративных медиа, журналистов и персонала.
24. Корпоративные медиа как система. Генезис, структура, характеристики, функции.
25. Актуальное состояние, национальные, отраслевые особенности.
26. Корпоративные медиа в национальной и глобальной медиасистемах.
27. Тенденции развития корпоративных медиа в России

Критерии оценки доклада:

21-30 баллов - Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

11-20- баллов - Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

5-10 баллов - Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

0-4 баллов- Продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

Примерные вопросы к экзамену: (УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-4.1).

1. «Массмедиа как система в глобальном информационном обществе.
2. Тенденции организации и развития медиaprостранства в XXI веке
3. Новые модели медиакommunikации в XXI веке
4. Медиа и новые технологии: возможности для развития.
5. Новые медиа как альтернатива традиционным СМИ
6. Конвергенция в журналистике: форматы, жанры, каналы коммуникаций с аудиторией.
7. Конвергенция технологическая, контентная, экономическая

8. Предметное поле массмедиа: технологические сферы
9. Предметное поле массмедиа: новые сферы
10. Новые подходы в исследованиях масс медиа в XXI веке
11. Социальное конструирование реальности в современных масс медиа
12. Анализ фреймов в современных масс медиа
13. Современные тенденции в массовой коммуникации
14. Основные направления и проблемы коммуникативных процессов в современном мире
15. Развитие коммуникативных средств и социальная ответственность
16. Взаимосвязь массовой коммуникации и сферы общественных связей
17. Развитие каналов коммуникаций массмедиа с аудиторией в современном информационном пространстве
18. Интернет-СМИ и их общественное восприятие
19. Масс-медиа и общественное мнение
20. Современные драйверы и подходы в исследованиях медиакommunikаций в глобальном мире.
21. Визуализация контента как тенденция в развитии современных медиа.
22. Лонгрид как современный мультимедийный продукт.

Критерии оценки ответа:

35-40 баллов – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы

29-34 баллов - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос

20-28 баллов - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0-20 баллов - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники:

1. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 №2124-1 «О средствах массовой информации» (действующая редакция от 18.04.2018). Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

Литература

Основная

1. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449867>
2. Садовская, В. С. Основы коммуникативной культуры. Психология общения : учебник и практикум для вузов / В. С. Садовская, В. А. Ремизов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 169 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06390-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452115>
3. Теория межкультурной коммуникации : учебник и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина [и др.] ; под редакцией Ю. В. Таратухиной, С. Н. Безус. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 265 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00365-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450778>
4. Шапцев, В. А. Теория информации. Теоретические основы создания информационного общества : учебное пособие для вузов / В. А. Шапцев, Ю. В. Бидуля. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02989-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451811>
5. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450965>
6. Лозовский, Б. Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации : учебное пособие / Б. Н. Лозовский. - Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2008. - 212 с. - ISBN 978-5-7996-0395-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/370929>

Дополнительная

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт,

2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450157>

2. Гг и лоббизм: теория и технологии : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02436-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450420>

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:

1. Консультант Плюс

2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах любого класса, укомплектованного мультимедийным проектором, компьютером и экраном, доской.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Adobe Master Collection
4. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

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 2. Глобальное развитие коммуникаций в медиапространстве. Драйверы глобального мира (2 ч.)

Цель занятия: закрепление знаний о современных трендах развития медиакоммуникаций в глобальном пространстве.

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Развитие коммуникаций в современном мире
2. Драйверы развития глобального мира.
3. Типы современных коммуникаций

4. Интерактивность, конвергентность

Контрольные вопросы:

1. Подходы к пониманию медиаконвергенции
2. Формы реализации коммуникации в современных медиа
3. Драйверы развития мира
4. Теория 5-ти экранов

Тема 3. Глобализация и глобализм. Типология современных медиа. (2 ч.)

Цель занятия: закрепление знаний о глобальных процессах в медиа пространстве

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие глобализации и глобализма.
2. Глобализация и локализация. Тенденции баланса
3. Вестернизация глобального пространства
4. Типологии СМИ

Контрольные вопросы:

1. Глобальное и локальное в медиа
2. Развитие разных типов СМИ в современном медиа пространстве. Особенности российского медиа пространства

Тема 4. Развитие современных коммуникаций. Роль журналиста в современном медиа пространстве (4 ч.)

Цель занятия: закрепление знаний и трендах развития современных коммуникаций, закрепление аналитических навыков изучения информации.

Форма проведения – презентация результатов групповой работы по анализу контента новостной глобальной медиа повестки. Анализ работы крупнейших новостных ресурсов

Тема 5. Современные медиамодели. Концепции медиа воздействия (4ч.)

Цель занятия: закрепление представлений о современных медиа моделях и концепциях медиа воздействия.

Форма проведения – презентация научной работы. Выступление с докладом на тему научной работы.

Тема 7. (2 ч.) Корпоративные коммуникации в глобальном мире. Типы и виды корпоративных коммуникаций

Цель занятия: закрепление знаний о инструментах и технологиях формирования и развития глобальных корпоративных коммуникаций

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения:

5. Целевые аудитории глобальных корпоративных коммуникаций
6. Каналы взаимодействия с целевыми аудиториями.
7. Принципы, цели и задачи взаимодействия с потребителем в рамках глобальных корпоративных коммуникаций
8. Этический, национальный, культурологический, социальные контексты корпоративных коммуникаций
9. Внешние и внутренние корпоративные коммуникации

Контрольные вопросы:

3. Виды и формы глобальных корпоративных коммуникаций
4. Глобальные корпоративные коммуникации и социальная ответственность компании
5. Social Media Marketing – как актуальная форма взаимодействия корпоративных СМИ с аудиторией.

Тема 8. (4 ч.) Инструменты и технологии развития глобальных корпоративных коммуникаций. Внешнее и внутреннее влияние.

Цель занятия: закрепление навыков по поиску и обработке информации. Формирование навыка работы в проектной группе и представления результатов работы.

Форма проведения – проверка презентаций по теме.

Список литературы:

Тема 9. (4 ч.) Репутационный менеджмент в медиа. Работа с личной, профессиональной и корпоративной репутацией.

Вопросы для обсуждения:

1. Репутация и управление репутацией в современном информационном обществе.
2. Репутация личная, профессиональная, корпоративная.
3. Элементы и технологии репутационного менеджмента в глобальных корпоративных коммуникациях.
4. Корпоративная социальная ответственность.

Требования к содержанию реферата

- материал, использованный в научной работе, должен относиться строго к выбранной теме;
- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.)

Структура реферата.

1. Титульный лист
2. Содержание
3. Основной часть
4. Список источников и литературы. Оформление Списка источников и литературы должно соответствовать требованиям библиографических стандартов

Объем и технические требования, предъявляемые к выполнению научной работы.

Объем работы должен быть, как правило, не менее 12 страниц. Работа должна выполняться через одинарный интервал 12 шрифтом, размеры оставляемых полей: левое - 25 мм, правое - 15 мм, нижнее - 20 мм, верхнее - 20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

Расстояние между названием части реферата или главы и последующим текстом должно быть равно трем интервалам. Фразы, начинающиеся с "красной" строки, печатаются с абзацным отступом от начала строки, равным 1 см.

При цитировании необходимо соблюдать следующие правила:

- текст цитаты заключается в кавычки и приводится без изменений, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента (пропуск слов, предложений или абзацев допускается, если не влечет искажения всего фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится на месте пропуска) и без искажения смысла;
- каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Современные медиакоммуникации» реализуется на факультете журналистики кафедрой телевизионных, радио- и интернет-технологий.

Цель: Познакомить студентов с ключевыми аспектами средств массовой информации и коммуникации, их ролью в современном мире.

Задачи:

- изучение современных средств массовой информации и коммуникации;
- изучение возможности влияния на общество и общественное мнение с помощью СМИ;
- изучение средств, функций и методов медиа- коммуникаций в разных сферах общественной жизни;

- знакомство с навыками эффективного общения и практической работы в медиа-среде.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-5 Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: понятие массовой коммуникации, её средства и свойства; базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских, основные тенденции развития и общественных и государственных институтов, а также специфику современных медиакоммуникационных процессов, приемы работы в различных сферах медиакоммуникации, в том числе журналистике, PR и рекламе с соблюдением интересов и потребностей аудитории, положения и методы теории и практики медиакоммуникаций для решения социальных и профессиональных задач;

Уметь: ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества; ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ, прогнозировать взаимодействие общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и(или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; гибко адаптироваться к различным профессиональным ситуациям, применять изученные теоретические подходы для оценки и анализа медиакоммуникаций в современном обществе, применять полученные знания в практической работе в сфере медиакоммуникаций, в том числе при принятии социально-ответственных решений в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности;

Владеть: методами сбора информации, ее проверки и анализа быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа;

первичными навыками взятия интервью, его расшифровки и согласования с интервьюируемым, способностью осознавать и учитывать потребности разных аудиторий в процессе подготовки развлекательных и информационных медиапродуктов; навыками управления информационной повесткой дня, рефрейминга информации, навыками работы с различными медиатехнологиями, в том числе визуальными, аудио, текстовыми

(сторителлинг); навыками принятия социально-ответственных решений в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности; навыками установления, поддержания и развития межличностных и деловых отношений. навыками.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.