

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(**ФГБОУ ВО «РГГУ»**)

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИИ, ПОЛИТОЛОГИИ И ПРАВА

Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

МЕДИАТЕХНОЛОГИИ И ПРОДВИЖЕНИЕ
(НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление: 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность: Связис общественностью и коммуникативные технологии

Уровень квалификации выпускника: *бакалавр*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2020

Медиа технологии и продвижение (на английском языке)

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Канд. ист. наук, доц. *М.А. Гордеева*

УТВЕРЖДЕНО

(с листом изменений)

протокол заседания кафедры общественных связей,
туризма и гостеприимства

№ 1 от 31.08.2020 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

- 1.1 Цель и задачи дисциплины (*модуля*)
- 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (*модулю*), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
- 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины (*модуля*)

3. Содержание дисциплины (*модуля*)

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 (*модулю*)

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 (*модуля*)

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

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

Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: в результате изучения дисциплины студент должен овладеть целостным представлением об актуальном состоянии системы медиакоммуникаций, основных тенденциях ее развития, теоретических концепциях и методах медиаисследований в целях решения задач рекламы и связей с общественностью.

Задачи:

- обеспечить понимание студентами базовых понятий и теоретических моделей системы медиакоммуникаций;
- 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 (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	<i>Знать:</i> мировые тенденции развития медиаотрасли и базовые принципы формирования медиасистем; особенности национальных медиамodelей, в том числе специфику функционирования российских СМИ. <i>Уметь:</i> формулировать цели и задачи исследований СМИ; аналитическую работу в рамках специализированных организаций и подразделений предприятий индустрии СМИ. <i>Владеть:</i> навыками использования терминологического аппарата и теоретических знаний при исследовании и анализе медиа.
ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	<i>Знать:</i> специфику разных типов СМИ и других медиа. <i>Уметь:</i> осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ <i>Владеть:</i> представлением о имеющемся мировом опыте в создании медиакоммуникационного продукта.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиатехнологии и продвижение» относится к вариативной части блока дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, направленность «Связис общесвенностью и коммуникативные технологии».

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Теория коммуникации, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях, Цифровые коммуникации, Визуальные коммуникации.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Интернет-технологии и новые медиа в PR, Коммуникационный менеджмент.

2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 76 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 48 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
			Контактная							
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация			
1	Современные медиатехнологии и продвижение в СМИ.	V	1	2				8		
2	Медиаисследования в контексте продвижения.	V	1	2				8	Текущий контроль: тестирование.	
3	Принципы коммуникации с аудиторией и продвижения	V	1	2				8		
4	Медиа в социуме. Современный медиатекст.	V	1	2				8		
5	Современные стратегии продвижения в системе СМИ	V	2	2				8	Текущий контроль: тестирование.	

	(прессы, радио, телевидения, интернет)								
6	Цифровизация в медиатехнологиях.	V	2	4				8	Текущий контроль: реферативный доклад.
7	Развитие медиатехнологии и стратегии продвижения в цифровой среде	V	2	4				8	
	Зачет	V							Зачет по билетам
	Итого	V	10	18				48	

3.Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Система медиатехнологий и продвижения в СМИ	Состав системы СМИ. Система массовых коммуникация и система СМИ. Интернет как системоформирующий фактор формирования СМИ. Медиа свойства СМИ. Модель Маклюена и психоаналитическая модель СМИ (вытеснение либидо и танатоса в коллективное бессознательное).
2	Медиаисследования в контексте продвижения.	Терминологический аппарат исследований СМИ. Основные термины. Основные теории и концепции, посвященные устному и письменному слову до институционализации исследований СМИ. Факторы институционализации исследований СМИ, парадигматические признаки. Классификация исследований СМИ. Словари и справочные издания о теориях СМИ. От теории журналистики к теории медиа: динамика медиаисследований.
3	Принципы коммуникации с аудиторией и продвижения	Коммуникативные науки, коммуникатология, коммуникативистика, медиология. Объект и предмет медиаологии.Философская рефлексия современных медиа. Постструктурализм, семиотика, постмодернизм, феноменология, герменеватика. Философия медиа.
4	Медиа в социуме. Современный медиатекст.	Понятия публичной сферы и общественного мнения. Медиатизация политики. Взаимоотношения власти и журналистика. Принцип свободы слова. Понятие политического дискурса. «Общество спектакля» в политическом дискурсе. Новые медиа и политический активизм. Медиакратия. Понятие информационного общества и общества знания. Технологические, социокультурные, политические и цивилизационные

		предпосылки появления феномена социальных медиа. Проформы медиасообществ. Особенности трансляции смыслов и знаний в медиасообществах, сообществах практики и социальных медиа. Понятие социальности в социальных медиа, практики в сообществах практики. Понятие социального капитала и его наращивание сетевыми средствами. Современный медиатекст. Язык и стиль СМИ
5	Современные стратегии продвижения в системе СМИ (пресса, радио, телевидения, интернет)	Типология изданий печатных, радиальных, телевизионных, сетевых (Интернет). Особенности различных способов создания контента и каналов его распространения. Отношения дизайн/контент. Медиаконвергенция. Слои конвергенции и влияние конвергентных процессов на базовые форматы медиа. Новая медийная парадигма.
6	Цифровизация в медиатехнологиях.	Доминанты гипертекста, интерактивности и социальности в современном медиадискурсе. Медиа, гипермедиа и трансмедиа. Состав и структура. Позиция журналисткой, рекламной и PR-деятельности в этих системных образованиях. Форматы донгрида, трансмедийного сторителлинга, компонентного авторинга.
7	Развитие медиатехнологии и стратегии продвижения в цифровой среде	Понятие эпистемического дискурса в семантических сетевых пространствах. Средства формирования и управления дискурсом. Автоматизация и кибернетизация управления дискурсом и производством контента. Медиаобразованность как новая цивилизационная детерминанта. Соотношение медиаобразованности и информационно-технологической культуры личности. Понятие медиакультуры. Социальный заказ системе образование на формирование медиакультуры личности. Угрозы приближения к точке сингулярности развития технологий веб-4.0.

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Образовательные и информационные технологии
1	2	3	4
1.	Система СМИ. Состав, структура, свойства.	Лекция 1. Система СМИ. Семинар 1. Основные компоненты системы массовой коммуникации	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Интеллект-карта, работа с кейсами

		(СМК) и системы СМИ Самостоятельная работа	Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
2.	Медиаисследования в контексте гуманитарного знания. Место и значение.	Лекция 2. Медиаисследования в контексте гуманитарного знания. Место и значение. Семинар 2. Место и значение медиаисследований в гуманитарном знании. Самостоятельная работа	Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов Групповая дискуссия, презентация проекта Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
3.	Принципы коммуникации с аудиторией и продвижения	Лекция 3. Коммуникативные науки о медиа. Семинар 3. Понятие медиалогии Самостоятельная работа	Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов Групповая дискуссия, презентация проекта Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
4.	Медиа в социуме. Современный медиатекст.	Лекция 4. Медиа в политике и гражданском обществе. Семинар 4. Современный медиатекст. Язык и стиль СМИ. Самостоятельная работа	Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов Групповая дискуссия, презентация проекта Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
5.	Современное состояние компонентов системы СМИ (прессы, радио, телевидения, интернет)	Лекция 5. Семинар 5. Оценка современного состояния прессы, радио, телевидения, интернет. Самостоятельная работа	Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов Групповая дискуссия, презентация проекта Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
6.	Новейшие медиатехнологии в эпоху тотальной дегитализации	Лекция 6. Семинар 6. Конвергентные и дивергентные процессы в	Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов Групповая дискуссия, презентация проекта

		медиа. Новая информационно-коммуникативная парадигма Самостоятельная работа	Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
7	Развитие медиатехнологии и стратегии продвижения в цифровой среде	Лекция 7. Семинар 7. Последствия для развития медиаиндустрии новой информационно-коммуникативной парадигмы Самостоятельная работа	Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов Групповая дискуссия, презентация проекта Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на семинаре	6 баллов	30 баллов
- тестирование (темы 1-3; 4-5)	15 баллов	15 баллов
- реферативный доклад (темы 6-7)	15 баллов	15 баллов
Промежуточная аттестация (экзамен по билетам)	40 баллов	40 баллов
Итого за дисциплину (экзамен)		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/ 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> <p>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 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 (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</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. 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	«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. 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. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

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

Перечень вопросов для промежуточной аттестации

1. Базовые свойства медиасообщества: гипертекстовость, интерактивность, социальность.
2. Интегрированные подходы к массовой коммуникации.
3. Структурализм и постструктурализм в изучении культуры.
4. Концептуализация медийных процессов и теория медиатизации в современных медиаисследованиях
5. Понятие медиа-культуры.
6. Конвергентные процессы в слое технических устройств, профессионализма, компонентов системы СМИ, компонентов системы массовых коммуникаций (СМК).
7. Концепция культурных индикаторов
8. Концепция формирования повестки дня
9. Критическая традиция и политэкономия медиа
10. Медиа, гипермедиа и трансмедиа. Состав и структура.

11. Медиаобразование как новая цивилизационная детерминанта.
12. Методы исследования медиа.
13. Определения понятий: Медиаобщества, сообщества практики и социальные медиа.
14. Понятие информационного общества, информационного общества и общества знания.
15. Понятие системы СМИ. Состав и структура системы СМИ.
16. Понятие СМК. Состав и структура СМК.
17. Понятие социальности в социальных медиа, и практики в сообществах практики..
18. Постмодернизм и критический взгляд на медиа
19. Публичная сфера и теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса
20. Развитие общества под воздействием производственных сил и технологий: движение к информационному обществу
21. СМИ как инструмент формирования общественного мнения
22. Современное понятие медиа, медиасферы, и медиированной реальности.
23. Социологические и философские подходы к пониманию функционирования и воздействия медиа
24. Человек и средства коммуникации
25. Язык СМИ и медиасреда

Оценочные средства текущего контроля

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины предусмотрено две текущих аттестаций.

Текущая аттестация 1 - Тестирование

1. Выделите характеристику, не свойственную медиакommunikациям:
 - А) формирование сознания правящих элит
 - Б) передача, получение, сохранение и актуализация смысловой и оценочной информации, на основе которой происходит социальная адаптация и идентификация индивида
 - В) влияние на социальную установку, на взаимоотношения между группами различных уровней
 - Г) наличие технических средств

2. С какими изменениями, происходящими в России в 1990-е годы, связано появление «новых медиа»? Два правильных ответа.
 - А) смена политического режима;
 - Б) развитие информационных технологий;
 - В) цифровизация информации;
 - Г) инфляция.

3. Среди приведенных ниже качеств укажите то, которое не имеет никакого отношения к современным тенденциям в сфере массовой коммуникации.
 - А) глобализация
 - Б) демассовизация
 - В) конвергенция
 - Г) инсталляция

4. Какой из приведенных ниже подходов не имеет никакого отношения к изучению медиапространства в РФ?
- А) экологический подход
 - Б) эпистемологический подход
 - В) технологический подход Г) территориальный подход
 - Д) структурный подход
 - Е) текстоцентричный подход
5. В перечне аспектов онтологии современного медиапространства укажите лишний, не имеющий к медиапространству никакого отношения:
- А) медиированное пространство
 - Б) конвергентное пространство
 - В) медиатизированное пространство
 - Г) пространство медиа
6. Какая из данных характеристик информационного общества (в интерпретации Д. Белла) является лишней, ему не соответствующей?
- А) преобладание производства товаров над сферой услуг;
 - Б) доминирование профессионального и технического классов в сфере занятости;
 - В) осевой принцип общества – центральное место теоретических знаний;
 - Г) принятие решений на основе новой «интеллектуальной технологии».
7. Назовите имя футуролога, смоделировавшего образ «электронного коттеджа» А) Д. Белл
- Б) Э. Тоффлер
 - В) М. Кастельс
 - Г) М. Маклюэн
8. Перечислите стадии развития массовой коммуникации в хронологическом порядке.
- А) устно-вербальная
 - Б) многоканальная
 - В) печатно-вербальная
 - Г) тактильно-кинетическая
 - Д) письменно-вербальная.
9. Для какой группы теорий характерна трактовка СМИ как составного элемента культуры, рассмотренной, как правило, через призму индустриализации культуры?
- А) для нормативных
 - Б) для культурно-исторических
 - В) для социально-психологических
 - Г) для функциональных
10. Исследования нарратива современных новостей во многом опираются на работы Вставьте пропущенные слова.
- А) М.М. Бахтина о карнавальном мироощущении
 - Б) В.Я. Проппа о структуре волшебной сказки
 - В) М.Б. Харченко о творческой индивидуальности писателя
 - Г) В.М. Жирмунского о романтизме

11. Что не относится к СМК?
- А) средства массовой информации (СМИ: пресса, радио, телевидение, интернет),
 - Б) технические средства (почта, телефон, телефакс, модем).
 - В) средства массового воздействия (СМВ: театр, кино, цирк, зрелища, литература)
 - Г) КИС – корпоративная информационная система
12. В какой период времени получила развитие многоканальная массовая коммуникация?
- А) в XVIII в.
 - Б) в XIX в.
 - В) в первой половине XX в.
 - Г) в начале XXI в
13. Назовите автора выражения «теории гегемонии медиа».
- А) Ф. Сиберт;
 - Б) Т. Питерсон
 - В) У. Шрамм;
 - Г) А. Грамшио
14. В перечне факторов, обусловивших появление и развитие функционального подхода к массмедиа, найдите лишний:
- А) развитие интернета
 - Б) бихевиористская модель психологии
 - В) математическая теория информации
 - Г) коммерциализация СМИ
15. Какие теории массмедиа развивались по двум течениям – парадигма пропаганды и парадигма ограниченных эффектов?
- А) функциональные
 - Б) культурно-критические
 - В) нормативные
 - Г) психологические

Текущая аттестация 2 - реферативный доклад.

Тематика реферативных докладов

1. Базовые теоретические модели массовой коммуникации.
2. Жанры и направления журналистики.
3. Информационный и кибернетический подход к изучению медиа.
4. Исследования аудитории и медиапланирование.
5. Массовая коммуникация: основные элементы и особенности.
6. Медиакоммуникация в реклама.
7. Многообразие изучения коммуникации.
8. Особенности интернет-СМИ.
9. Перспективы печатных СМИ.
10. Правовое и этическое регулирование деятельности в сфере медиа.
11. Системный подход к изучению феномена медиа.
12. Социально-психологический и антропологический подход к медиа.
13. Социально-философские теории массовой информации.

14. Специфика и выразительные средства радиокommunikации.
15. Специфика телевидения.
16. Становление современных СМИ и рекламных технологий.
17. Структура медиированной реальности.
18. Структура общения в медиареальности.
19. Теории, идеи и персоналии в медиалогии.
20. Целевая аудитория масс-медиа.

Указания по проведению текущей аттестации:

1. Работа выполняется письменно и сдается в указанные сроки проведения текущей аттестации.
2. Критерий оценкореферативного доклада:
 - всего за текущую аттестацию 15 баллов
 - раскрыть в сообщении (тексте) ключевые идеи и характеристики рассматриваемой проблемы 10 баллов,
 - указать источников – 2 баллов,
 - формулировка выводов – 3 баллов.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Литература

Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-006932-6 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/415337>
3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/872861>
4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1036963>

Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА,

2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038950>
 3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - ISBN 978-5-7567-0864-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038948>
 4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>
 5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0715-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039474>

Рекомендуемая:

1. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 174 с.
2. Валгина Н.С. Теория текста / Н.С. Валгина – М.: Логос, 2004. – 280 с.
3. Визель М. Гипертексты по ту и эту сторону экрана // Иностранная литература. – М.: 1999. № 10. – С.169-177.
4. Войскунский А.Е. Метафоры Интернета // Вопросы философии. – М.: 2001. № 11. – С. 64-79.
5. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. – Выпуск 20. – Екатеринбург, 2006. – С. 180-189.
6. Дебрэ Р. Введение в медиологию / Пер. с франц. — М.: Практикс, 2010.
7. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций / Л.М. Землянова. – М.: Изд. МГУ, 1999. – 300 с.
8. Калмыков А.А. Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности. URL: <http://jarki.ru/wpress/2011/04/28/2198/>
9. Кастеллс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастеллс; Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновой. – Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. – 328 с.
10. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М. Аспект Пресс, 2001. – 287 с.
11. Коханова Л.А. Калмыков А.А. Штепа В.И. Информационно-коммуникативная парадигма (на примере научной журналистики). Монография. — Москва. 2008.
12. Лотман Ю.М. Текст в тексте // Об иск-ве. Структура художественного текста. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Статьи. Заметки. Выступления (1962-1993 гг.). – СПб.: Искусство, 1998. – С. 423-436.
13. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман; Пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. – М.: Логос, 2005. – 280 с.

14. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г.М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
15. Маклюэн Г.М. Галактика Гуттенберга: Сотворение человека печатной культуры. / Г.М. Маклюэн: Пер. с англ. А. Юдина – Киев: Ника-Центр Эльга, Изд. дом Дмитрия Бурого, 2003. – 432 с.
16. Медиафилософия / Под ред. В.В.Савчука. – СПб.: Изд-во СПб. Философского общества, 2008. – 346 с.
17. Типология журналистики / Под редакцией А.И.Станько. – Ростовн/Д: Изд-во Рост. ун-та, 1993. – 175 с.
18. Трахтенберг А.Д. Дискурсивный анализ массовой коммуникации и парадоксы левого сознания // Полис. Политические Исследования. – 2006. № 4. – С. 44.
19. Шкондин М.В. Система средств массовой информации (Основы организации и характер структурной трансформации в условиях реформирования общества). М., 2000.
20. Бурдые П. Социология политики: Пер. с фр. / П. Бурдые. – М.: Socio-Logos, 1993. – 333 с.
21. Гидденс Э. Ускользящий мир: Как глобализация меняет нашу жизнь. М., 2004.
22. Гиренок.Ф.И. О коммуникативной природе современности // Консультант директора № 23 (275) – М.: Инфра М, 2006. С.24-27.
23. Губанов Д. А., Новикова Д. А. и Чхартишвили А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. – М.: Издательство физико-математической литературы. – 2010.
24. Дебор Ги. Общество спектакля. Пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович — М. LOGOS (Радек), 2000
25. Делез Ж., Гваттари Ф. Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения / Ж. Делез, Ф. Гваттари; пер. с франц. и послесл. Д. Кралечкина; науч. ред. В. Кузнецов. – Екатеринбург: У-Фактория, 2007. – 672 с.
26. Деррида Ж. О грамматологии / Ж. Деррида; пер. с фр. и вступ. ст. Н. Автономовой. – М.: Ad Marginem, 2000. – 511 с.
27. Долгин А.Б. Экономика символического обмена / А.Б. Долгин. – М.: Инфра-М, 2006. – 632 с.
28. Интернет и интерактивные медиа-исследования / Под ред. И. Засурского. – В 2-х ч. Ч.1. – М.: Изд-во МГУ, 2007. – 242 с.
29. Куле К. СМИ в Древней Греции: сочинения, речи, разыскания, путешествия / Пер. с франц. Кулланды. – М.: Новое литературное обозрение, 2004. – 256 с.
30. Моисеев Н.Н. Человек и ноосфера / Н.Н. Моисеев. – М.: Мол. гвардия, 1990. – 352 с.
31. Носов Н.А. Манифест виртуалистики. М.: Путь, 2001. 17 с. (Тр. лаб. виртуалистики. Вып. 15.).
32. Ситников А.П. Победа без победителей: очерки теории прагматических коммуникаций / А.П. Ситников, М.В. Гундарин. – М.: ИМИДЖ-Контакт, 2003. – 250 с.
33. Угарова М. Инвайроментальные параметры рекламной коммуникации в мегаполюсе // Консультант директора. – М.: Инфра М, 2007. № 12 (288).
34. Урсул А.Д. Становление информационного общества и модель опережающего образования // Научно-техническая информация. Серия 1. Организация и методика информационной работы. – 1996. №2. С. 1-11.

35. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер; Пер. С англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной. Под ред. Е.А. Вартановой. – М: Аспект Пресс, 2004. – 400с.
36. Фуко М. Археология знания: [пер. с фр.] / М. Фуко. – СПб.: Гуманитар. акад., 2004. – 412,[3].
37. Фукуяма Ф. Великий разрыв / Ф. Фукуяма [пер. с англ. А. Александрова]. – М.: АСТ. – 2003.
38. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. 4-е международное издание. – СПб.: «ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК», 2002. – 448 с.
39. Хелемендик В. С. Союз пера, микрофона и телекамеры (Опыт системного исследования). М., «Мысль», 1977. С.33.
40. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М., 2001. гл. 2-3.
41. Эко У. Отсутствующая структура: введение в семиологию / У. Эко; пер.: А.Г. Погоняйло и В.Г. Резник. – СПб.: Петрополис, 1998. – 430 с.
42. Эпштейн М.Н. Виртуальные книги // Звезда. – М.: 2004. № 8. – С. 218-234.

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

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

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Кроме технических средств, используется и прикладное программное обеспечение (Microsoft Word и Power Point версии не ниже 2003 года), позволяющее демонстрировать лекционные материалы (слайды) и задания к семинарам. Желательно проводить занятия в мультимедийной аудитории, оснащенной доступом в интернет.

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.

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

Семинар 1.

Учебные вопросы

1. Состав системы СМИ.
2. Система массовых коммуникация и система СМИ.
3. Интернет как системоформирующий фактор формирования СМК.
4. Медиа свойства СМК.
5. Модель Маклюэна и психоаналитическая модель СМК (вытеснение либидо и танатоса в коллективное бессознательное).
6. Медиированная реальность, конструкционизм, и информационно-коммуникативное пространство.

Темы устных выступлений :

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

Литература

Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей

- школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.- (Высшее образование: Магистратура). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/415337>
 3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/872861>
 4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1036963>

Дополнительная:

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

Рекомендуемая:

1. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 174 с.
2. Дебрэ Р. Введение в медиологию / Пер. с франц. — М.: Праксис, 2010.
3. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций / Л.М. Землянова. – М.: Изд. МГУ, 1999. – 300 с.
4. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман; Пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. – М.: Логос, 2005. – 280 с.
5. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г.М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.

Интернет-ресурсы

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urrdo.rggu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru/>

4. Report.ru. Сообщество экспертов (www.report.ru)
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru> ()
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledgemanagement.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства
http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91

Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Семинар 2.

Цель занятия: рассмотреть возможность социальной коммуникации, раскрыть основания выделения и содержание коммуникативных практик и видов коммуникации, охарактеризовать использование различных видов коммуникации в профессиональной деятельности.

Учебные вопросы.

1. Терминологический аппарат исследований СМИ.
2. Основные теории и концепции, посвященные устному и письменному слову до институционализации исследований СМИ.
3. Факторы институционализации исследований СМИ, парадигматические признаки.
4. От теории журналистики к теории медиа: динамика медиаисследований.
5. Место и значение медиаисследований в гуманитарном знании.

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

Подготовьте эссе на тему:

«Человек медиа или медиа человека».

Литература

Основная:

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

ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст : электронный. - URL:
<https://new.znaniium.com/catalog/product/1036963>

Дополнительная:

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

Рекомендуемая:

1. Бакулев Г.П. Новые медиа: теория и практика. М., 2008. Гл. 1.
2. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации. М.: КНОРУС, 2010. С. 62-63, 81.
3. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. М., 2002. С. 38-45.
4. Статьи: Общество. Практика // Социальная философия: Словарь/ Сост. и ред. В.Е. Кемеров, Т.Х. Керимов. М.: Академический Проект, 2003.
5. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. Словарь-справочник. М., 2002.

Интернет-ресурсы

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

Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Семинар 3.

Целевая установка: раскрыть содержание науки медиалогии и ее теоретико-методологических оснований.

Учебные вопросы:

1. Коммуникативные науки, коммуникатология, коммуникативистика, медиология.
2. Объект и предмет медиаологии.
3. Философская рефлексия современных медиа.
4. Постструктурализм, семиотика, посмодернизм, феноменология, герменеватика.
5. Философия медиа.

Литература

Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-006932-6 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/415337>
3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/872861>
4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1036963>

Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - ISBN 978-5-7567-0864-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии

PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0715-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039474>

Рекомендуемая:

1. Коханова Л.А. Калмыков А.А. Штепа В.И. Информационно-коммуникативная парадигма (на примере научной журналистики). Монография. — Москва, 2008.
2. Трахтенберг А.Д. Дискурсивный анализ массовой коммуникации и парадоксы левого сознания // Полис. Политические Исследования. — 2006. № 4. — С. 44.
3. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций / Л.М. Землянова. — М.: Изд. МГУ, 1999. — 300 с.
4. Гидденс Э. Ускользающий мир: Как глобализация меняет нашу жизнь. М., 2004.

Интернет-ресурсы

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

Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Семинар 4.

Целевая установка: раскрыть прикладное значение моделей и моделирования в изучении коммуникации.

Учебные вопросы:

1. Понятия публичной сферы и общественного мнения.
2. Медиатизация политики. Взаимоотношения власти и журналистика.
3. Принцип свободы слова.
4. Понятие политического дискурса.
5. «Общество спектакля» в политическом дискурсе.
6. Медиакратия.
7. Понятие информационного общества и общества знания. Технологические, социокультурные, политические и цивилизационные предпосылки появления феномена социальных медиа.
8. Проформы медиасообществ. Особенности трансляции смыслов и знаний в медиасообществах, сообществах практики и социальных медиа.
9. Понятие социальности в социальных медиа, практики в сообществах практики. Понятие социального капитала и его наращивание сетевыми средствами.

10. Современный медиатекст. Язык и стиль СМИ.

Литература:

Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-006932-6 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/415337>
3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>
4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1036963>

Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - ISBN 978-5-7567-0864-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0715-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039474>

Рекомендуемая:

1. Медиафилософия / Под ред. В.В.Савчука. – СПб.: Изд-во СПб. Философского общества, 2008. – 346 с.
2. Калмыков А.А. Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности. URL: <http://jarki.ru/wpress/2011/04/28/2198/>

3. Кастеллс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастеллс; Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновой. – Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. – 328 с.
4. Гиренок.Ф.И. О коммуникативной природе современности // Консультант директора № 23 (275) – М.: Инфра М, 2006. С.24-27.

Интернет-ресурсы

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

Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Семинар 5.

Учебные вопросы.

1. Типология изданий печатных, радиальных, телевизионных, сетевых (Интернет).
2. Особенности различных способов создания контента и каналов его распространения.
3. Отношения дизайн/контент.
4. Медиаконвергенция. Слои конвергенции и влияние конвергентных процессов на базовые форматы медиа.
5. Новая медийная парадигма.

Литература.

Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-006932-6 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/415337>
3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>

4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1036963>

Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - ISBN 978-5-7567-0864-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0715-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039474>

Рекомендуемая:

1. Градюшко А.А. Основы журналистики. Организация работы редакции СМИ. Минск: УО БГУ, факультет журналистики, 2005.
2. Ольга Гусева Резвись рыбка... в социальной сети. URL: <http://jarki.ru/wpress/2010/05/27/1148/>
3. Пять ключевых трендов развития интернета. URL: <http://digit.ru/internet/20130930/406129666.html>
4. Тангейт М. Медиагиганты: Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
5. Тим Бернерс-Ли, Джеймс Хендлер, Ора Лассила (Перевод: Евгений Золин) Новая форма содержания Сети, понятная компьютерам, произведет революцию в ее возможностях. URL: <http://jarki.ru/wpress/2014/06/09/3129/>.
6. Тим Бернерс-Ли. Интернет научится мыслить. URL: <http://www.vz.ru/society/2008/3/20/153668.html>
7. Фомичева И. Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. М.: : Аспект-Пресс, 2004.

Интернет-ресурсы

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urrdo.rggu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru/>
4. Report.ru. Сообщество экспертов (www.report.ru)
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru/> ()
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledgemanagement.report.ru/>

7. Информационная поддержка предпринимательства
http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91

Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Семинар 6. Конвергентные и дивергентные процессы в медиа. Новая информационно-коммуникативная парадигма.

Учебные вопросы.

1. Доминанты гипертекста, интерактивности и социальности в современном медиадискурсе.
2. Медиа, гипермедиа и трансмедиа. Состав и структура.
3. Позиция журналисткой, рекламной и ПР-деятельности в системных образованиях: медиа, гипермедиа и трансмедиа.
4. Форматы донгрида, трансмедийного сторителлинга, компонентного авторинга.

Литература.

Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-006932-6 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/415337>
3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/872861>
4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1036963>

Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028523>

2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - ISBN 978-5-7567-0864-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0715-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039474>

Рекомендуемая:

1. Градушко А.А. Основы журналистики. Организация работы редакции СМИ. Минск: УО БГУ, факультет журналистики, 2005.
2. Ольга Гусева Резвись рыбка... в социальной сети. URL: <http://jarki.ru/wpress/2010/05/27/1148/>
3. Пять ключевых трендов развития интернета. URL: <http://digit.ru/internet/20130930/406129666.html>
4. Тангейт М. Медиагиганты: Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
5. Тим Бернерс-Ли, Джеймс Хендлер, Ора Лассила (Перевод: Евгений Золин) Новая форма содержания Сети, понятная компьютерам, произведет революцию в ее возможностях. URL: <http://jarki.ru/wpress/2014/06/09/3129/>.
6. Тим Бернерс-Ли. Интернет научится мыслить. URL: <http://www.vz.ru/society/2008/3/20/153668.html>
7. Фомичева И. Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. М.: Аспект-Пресс, 2004.

Интернет-ресурсы

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

Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Семинар 7. Последствия для развития медиаиндустрии новой информационно-коммуникативной парадигмы

Учебные вопросы.

1. Понятие эпистемического дискурса в семантических сетевых пространствах. Средства формирования и управления дискурсом.
2. Автоматизация и кибернетизация управления дискурсом и производством контента.
3. Медиаобразованность как новая цивилизационная детерминанта.
4. Соотношение медиаобразованности и информационно-технологической культуры личности.
5. Понятие медиа-культуры.
6. Социальный заказ системе образования на формирование медиакультуры личности.
7. Угрозы приближения к точке сингулярности развития технологий веб-4.0.

Литература.

Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-006932-6 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/415337>
3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>
4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1036963>

Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - ISBN 978-5-7567-0864-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038948>

4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0715-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039474>

Рекомендуемая:

1. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002.
2. Ван Дейк Т. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
3. Варганова Е. Л. (ред.) От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России. М.: Изд-во МГУ, 2019.
4. Градюшко А.А. Основы журналистики. Организация работы редакции СМИ. Минск: УО БГУ, факультет журналистики, 2005.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.
6. Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.
7. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.; Жуковский, 2003.
8. Моль А. Социодинамика культуры. М., 2007.
9. Ольга Гусева Резвись рыбка... в социальной сети. URL: <http://jarki.ru/wpress/2010/05/27/1148/>
10. Пять ключевых трендов развития интернета. URL: <http://digit.ru/internet/20130930/406129666.html>
11. Тим Бернерс-Ли, Джеймс Хендлер, Ора Лассила (Перевод: Евгений Золин) Новая форма содержания Сети, понятная компьютерам, произведет революцию в ее возможностях. URL: <http://jarki.ru/wpress/2014/06/09/3129/>.
12. Тим Бернерс-Ли. Интернет научится мыслить. URL: <http://www.vz.ru/society/2008/3/20/153668.html>
13. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. М., 2006.
14. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. М., 2014.
15. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. М., 1997.

Интернет-ресурсы

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

Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

9.3. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Письменные работы по курсу (методический проект) выполняются 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 12, интервал одинарный, 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, если он занимает несколько страниц, целесообразно начинать с новой страницы. Если раздел занимает полстраницы, новый раздел можно начать на текущей. Названия разделов выделить жирным шрифтом, выравнивать по центру.

При выставлении оценок за текст исследовательского проекта учитывается: объем и качество проведенной работы с научной литературой по теме исследования, содержание и стиль изложения самого текста проекта, наличие и качество справочно-библиографического аппарата работы, умение студента анализировать прочитанное, сравнивать различные точки зрения на проблему и аргументировать собственное мнение, оформление исследовательского проекта.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиа-технологии и продвижение (на английском языке)» реализуется на факультете истории политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей факультета рекламы и связей с общественностью.

Цель дисциплины: в результате изучения дисциплины студент должен овладеть целостным представлением об актуальном состоянии системы медиакоммуникаций, основных тенденциях ее развития, теоретических концепциях и методах медиаисследований в целях решения задач рекламы и связей с общественностью.

Задачи:

- обеспечить понимание студентами базовых понятий и теоретических моделей системы медиакоммуникаций;
- сформировать готовность студентов к использованию медийных методов и медиа-технологий при решении задач рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: мировые тенденции развития медиаотрасли и базовые принципы формирования медиасистем; особенности национальных медиамodelей, в том числе специфику функционирования российских СМИ; специфику разных типов СМИ и других медиа.

Уметь: формулировать цели и задачи исследований СМИ; аналитическую работу в рамках специализированных организаций и подразделений предприятий индустрии СМИ; осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ

Владеть: навыками использования терминологического аппарата и теоретических знаний при исследовании и анализе медиа; представлением о имеющемся мировом опыте в создании медиакоммуникационного продукта.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры
№ __ 1 __ от __ 31 августа 2020г. __

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочей программе дисциплины _____ «Медиа технологии и продвижение (на
английском языке)» __

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

на 2020/2021 учебный год

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1	31.08.20г.	№ 1

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

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

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

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

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

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

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное

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

Составитель

подпись

расшифровка подписи

дата