

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

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

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

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Маркетинговые коммуникации и маркетинг

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

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

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

Теория и практика медиакommunikаций
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

К. филос.н., доцент, доцент кафедры теории и практики общественных связей Ольшанская
Е.В.

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
№ 6 от 17.03.2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2. Структура дисциплины.....	7
3. Содержание дисциплины	8
4. Образовательные технологии	9
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	11
5.1. Система оценивания	11
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине.....	11
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	13
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	15
6.1. Список источников и литературы	16
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	
Ошибка! Закладка не определена.	
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	Ошибка! Закладка не определена.
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	19
9. Методические материалы.....	21
9.1. Планы семинарских/ практических занятий.....	21
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ	23
Приложения	24
Приложение 1. Аннотация дисциплины	24

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – сформировать понимание основных принципов работы с информацией для массовой аудитории с помощью каналов массовой коммуникации. овладеть целостным представлением об актуальном состоянии системы медиакommunikаций, основных тенденциях ее развития, теоретических концепциях и методах медиаисследований в целях решения задач рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- дать представление о современных теориях массмедиа, о системе СМИ, о подходах к изучению СМИ;
- дать представление о профессии журналиста, правовых и этических аспектах работы в СМИ;
- дать представление о системе жанров СМИ, об основных характеристиках медиапродукта и массовой аудитории;
- познакомить основами медиаэкономики, медиапроизводства и медиапродвижения.

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

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

		Владеть: навыками использования терминологического аппарата и теоретических знаний при исследовании и анализе медиа.
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	
ОПК 7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части базовых дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин 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

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

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5/6	Лекции	28
5/6	Семинары/лабораторные работы	28
Всего:		56

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

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

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

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

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

Структура дисциплины для заочной формы обучения

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

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

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

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Система СМИ. Состав, структура, свойства.	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 гуманитарного знания. Место и значение.	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	Коммуникатология медиа. Становление медиалогии	Коммуникативные науки, коммуникатология, коммуникативистика, медиология. Объект и предмет медиалогии. Философская рефлексия современных медиа. Постструктурализм, семиотика, постмодернизм, феноменология, герменеватика. Философия медиа.
4	Медиа в политике и гражданском обществе. Современный медиатекст. Язык и стиль СМИ	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	Современное состояние компонентов системы 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	Новейшие медиатехнологии в эпоху тотальной дигитализации	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	Будущее медиа в контексте эффекта	Понятие эпистемического дискурса в семантических сетевых пространствах. Средства формирования и управления

	сингулярности и технологий интернета-4.	дискурсом. Автоматизация и кибернетизация управления дискурсом и производством контента. Медиаобразованность как новая цивилизационная детерминанта. Соотношение медиаобразованности и информационно-технологической культуры личности. Понятие медиа-культуры. Социальный заказ системе образование на формирование медиакультуры личности. Угрозы приближения к точке сингулярности развития технологий веб-4.0.
--	---	--

4. Образовательные технологии

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.

№ 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 (СМК) и системы СМИ Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Интеллект-карта, работа с кейсами 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.	Коммуникатология медиа. Становление медиалогии	Лекция 3. Коммуникативные науки о медиа.	Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов

		Семинар 3. Понятие медиалогии	Групповая дискуссия, презентация проекта
		Самостоятельная работа	Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
4.	Медиа в политике и гражданском обществе. Современный медиатекст. Язык и стиль СМИ	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 медиа. Новая информационно-коммуникативная парадигма Самостоятельная работа	Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов Групповая дискуссия, презентация проекта Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
7	Будущее медиа в контексте эффекта сингулярности и технологий интернета-4.	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 –зачет, экзамен	40 баллов	40 баллов
Итого за дисциплину		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

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

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

5.3.1. 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. Объект и предмет медиаологии.
14. Определения понятий: Медиасообщества, сообщества практики и социальные медиа.
15. Понятие информационного общества, информационного общества и общества знания.
16. Понятие медиаконвергенции.
17. Понятие системы СМИ. Состав и структура системы СМИ.
18. Понятие СМК. Состав и структура СМК.
19. Понятие социальности в социальных медиа, и практики в сообществах практики..
20. Постмодернизм и критический взгляд на медиа
21. Публичная сфера и теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса
22. Развитие общества под воздействием производственных сил и технологий: движение к информационному обществу
23. СМИ как инструмент формирования общественного мнения
24. Современное понятие медиа, медиасферы, и медиированной реальности.
25. Социологические и философские подходы к пониманию функционирования и воздействия медиа
26. Человек и средства коммуникации
27. Язык СМИ как объект теоретического анализа

5.3.2. Оценочные средства текущего контроля:

Текущая аттестация 1 - Тестирование

1. Выделите характеристику, не свойственную медиакommunikациям:

<p>А) формирование сознания правящих элит</p> <p>Б) передача, получение, сохранение и актуализация смысловой и оценочной информации, на основе которой происходит социальная адаптация и идентификация индивида</p>	<p>В) влияние на социальную установку, на взаимоотношения между группами различных уровней</p> <p>Г) наличие технических средств</p>
---	--
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 медиaprостранства 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 медиaprостранства укажите лишний, не имеющий к медиaprостранству 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-кинестическая
 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 рекламе.
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 оценки реферативного доклада:
 - всего за текущую аттестацию 15 баллов
 - раскрыть в сообщении (тексте) ключевые идеи и характеристики рассматриваемой проблемы 10 баллов,
 - указать источники – 2 баллов,
 - формулировка выводов – 3 баллов.

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. 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>

Дополнительная:

3. 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>
4. 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>
5. 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>
6. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>
7. 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:

8. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. — М.: РИП-холдинг, 2003. — 174 с.
9. Валгина Н.С. Теория текста / Н.С. Валгина — М.: Логос, 2004. — 280 с.
10. Визель М. Гипертексты по ту и эту сторону экрана // Иностранная литература. — М.: 1999. № 10. — С.169-177.
11. Войскунский А.Е. Метафоры Интернета // Вопросы философии. — М.: 2001. № 11. — С. 64-79.
12. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. — Выпуск 20. — Екатеринбург, 2006. — С. 180-189.
13. Дебрэ Р. Введение в медиологию / Пер. с франц. — М.: Праксис, 2010.
14. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций / Л.М. Землянова. — М.: Изд. МГУ, 1999. — 300 с.
15. Калмыков А.А. Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности. URL: <http://jarki.ru/wpress/2011/04/28/2198/>

16. 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.
17. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М. Аспект Пресс, 2001. – 287 с.
18. Коханова Л.А. Калмыков А.А. Штепа В.И. Информационно-коммуникативная парадигма (на примере научной журналистики). Монография. — Москва. 2008.
19. Лотман Ю.М. Текст в тексте // Об иск-ве. Структура художественного текста. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Статьи. Заметки. Выступл-я (1962-1993 гг.). – СПб.: Искусство, 1998. – С. 423-436.
20. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман; Пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. – М.: Логос, 2005. – 280 с.
21. 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.
22. Маклюэн Г.М. Галактика Гуттенберга: Сотворение человека печатной культуры. / Г.М. Маклюэн: Пер. с англ. А. Юдина – Киев: Ника-Центр Эльга, Изд. дом Дмитрия Бураго, 2003. – 432 с.
23. Медиафилософия / Под ред. В.В.Савчука. – СПб.: Изд-во СПб. Философского общества, 2008. – 346 с.
24. Типология журналистики / Под редакцией А.И.Станько. – Ростовн/Д: Изд-во Рост. ун-та, 1993. – 175 с.
25. Трахтенберг А.Д. Дискурсивный анализ массовой коммуникации и парадоксы левого сознания // Полис. Политические Исследования. – 2006. № 4. – С. 44.
26. Шкондин М.В. Система средств массовой информации (Основы организации и характер структурной трансформации в условиях реформирования общества). М., 2000.
27. Бурдьё П. Социология политики: Пер. с фр. / П. Бурдьё. – М.: Socio-Logos, 1993. – 333 с.
28. Гидденс Э. Ускользающий мир: Как глобализация меняет нашу жизнь. М., 2004.
29. Гиренок.Ф.И. О коммуникативной природе современности // Консультант директора № 23 (275) – М.: Инфра М, 2006. С.24-27.
30. Губанов Д. А., Новикова Д. А. и Чхартишвили А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. – М.: Издательство физико-математической литературы. – 2010.
31. Дебор Ги. Общество спектакля. Пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович — М. LOGOS (Радек), 2000
32. 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.
33. Деррида Ж. О грамматологии / Ж. Деррида; пер. с фр. и вступ. ст. Н. Автономовой. – М.: Ad Marginem, 2000. – 511 с.
34. Долгин А.Б. Экономика символического обмена / А.Б. Долгин. – М.: Инфра-М, 2006. – 632 с.
35. Интернет и интерактивные медиа-исследования / Под ред. И. Засурского. – В 2-х ч. Ч.1. – М.: Изд-во МГУ, 2007. – 242 с.
36. Куле К. СМИ в Древней Греции: сочинения, речи, разыскания, путешествия / Пер. с франц. Кулланды. – М.: Новое литературное обозрение, 2004. – 256 с.
37. Моисеев Н.Н. Человек и ноосфера / Н.Н. Моисеев. – М.: Мол. гвардия, 1990. – 352 с.
38. Носов Н.А. Манифест виртуалистики. М.: Путь, 2001. 17 с. (Тр. лаб. виртуалистики. Вып. 15.).

39. Ситников А.П. Победа без победителей: очерки теории прагматических коммуникаций / А.П. Ситников, М.В. Гундарин. – М.: ИМИДЖ-Контакт, 2003. – 250 с.
40. Угарова М. Инвайроментальные параметры рекламной коммуникации в мегаполисе // Консультант директора. – М.: Инфра М, 2007. № 12 (288).
41. 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.
42. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер; Пер. С англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной. Под ред. Е.А. Варгановой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400с.
43. Фуко М. Археология знания: [пер. с фр.] / М. Фуко. – СПб.: Гуманитар. акад., 2004. – 412,[3].
44. Фукуяма Ф. Великий разрыв / Ф. Фукуяма [пер. с англ. А. Александрова]. – М.: АСТ. – 2003.
45. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. 4-е международное издание. – СПб.: «ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК», 2002. – 448 с.
46. Хелемендик В. С. Союз пера, микрофона и телекамеры (Опыт системного исследования). М., «Мысль», 1977. С.33.
47. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М., 2001. гл. 2-3.
48. Эко У. Отсутствующая структура: введение в семиологию / У. Эко; пер.: А.Г. Погоняйло и В.Г. Резник. – СПб.: Петрополис, 1998. – 430 с.
49. Эпштейн М.Н. Виртуальные книги // Звезда. – М.: 2004. № 8. – С. 218-234.

Научные труды, монографии и статьи

50. Барт Р. Мифологии. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2004.
51. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. М., 1999. Гл. 2, 3, 5, 6.
52. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006.
53. Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002.
54. Винер Н. Человек управляющий. СПб., 2001.
55. Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: Весь мир, 2004.
56. Докучаев И.И. Введение в историю общения. Исторические типы общения. СПб., 2004.
57. Иванов Вяч. Вс. Наука о человеке: введение в современную ан-тропологию. М.: РГГУ, 2004.
58. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
59. Крэйг Р.Т. Теория коммуникации как область знания //компаративистика-ш: Альманах сравнительных социогуманитарных исследований / Под ред. Л.А. Вербицкой, В.В. Васильковой, В.В. Козловского, Н.Г. Скворцова. — СПб.: Социологическое общество им. М.М. Ковалевского, 2003. С. 5-44.
60. Лиотар Ж.Ф. Состояние постмодерна. СПб.: Алетейа, 1998.
61. Лотман Ю.М.Внутри мыслящих миров: человек – текст – семиосфера – история М.: Языки рус. культуры, 1999.
62. Луман Н. Власть. М.: Праксис, 2001.
63. Маклюен М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Канон-Пресс- Ц «Кучково поле», 2003.
64. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: знание, богатство и сила на пороге XXI века. М.: АСТ, 2001.
65. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб: Наука, 2000.

66. Шарков Ф.И. Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации // Социологические исследования. 2001. №8. С.52 -61.

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
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>
 Информационные справочные системы:
 Консультант Плюс
 Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Состав программного обеспечения:

Windows
 Microsoft Office
 Kaspersky Endpoint Security
 Adobe Master Collection
 AutoCAD
 Archicad
 SPSS Statistics
 ОС «Альт Образование»
 Visual Studio
 Adobe Creative Cloud

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR
 Информационные справочные системы:
 Консультант Плюс
 Гарант

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.

7. Методические материалы

7.1. Планы семинарских/ практических занятий

Семинар 1. Основные компоненты системы массовой коммуникации (СМК) и системы СМИ.

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.

Семинар 2. Место и значение медиаисследований в гуманитарном знании.

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».

Семинар 3. Понятие медиалогии

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

Учебные вопросы:

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

Семинар 4. Последствия для развития индустрии рекламы и PR новой информационно-коммуникативной парадигмы

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.

Семинар 5. Оценка современного состояния прессы, радио, телевидения, интернет.**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.

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 PR-деятельности в системных образованиях: медиа, гипермедиа и трансмедиа.
4. Форматы донгрида, трансмедийного сторителлинга, компонентного авторинга.

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 образование на формирование медиакультуры личности.
7. Угрозы приближения к точке сингулярности развития технологий веб-4.0.

9.2. 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 желательнее 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 (титального) 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.

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой интегрированных коммуникаций и рекламы.

Цель дисциплины – сформировать понимание основных принципов работы с информацией для массовой аудитории с помощью каналов массовой коммуникации. 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 дисциплины:

- дать представление о современных теориях массмедиа, о системе СМИ, о подходах к изучению СМИ;
- дать представление о профессии журналиста, правовых и этических аспектах работы в СМИ;
- дать представление о системе жанров СМИ, об основных характеристиках медиапродукта и массовой аудитории;
- познакомить основами медиаэкономики, медиапроизводства и медиапродвижения.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

- УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
- ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

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 зачета и экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц.