Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.22 Теория и практика массовой информации»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

Реклама и связи с общественностью в информационном обществе

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2023

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.Б.22 Теория и практика массовой информации*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры

протокол № 8 от "16"02. 2023 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

наименование кафедры *подпись* Т.Ю. Димитрова *расшифровка подписи*

Исполнители:

доцент *должность* *подпись* О.С. Кудрявцева *расшифровка подписи*

должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
код наименование *личная подпись* Ю.В. Кудашова *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
личная подпись Н.Н. Бигалиева *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
личная подпись Е.Ф. Томина *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Кудрявцева О.С., 2023
© ОГУ, 2023

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: овладение системными знаниями по основам развития различных медиакоммуникационных систем, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования с целью помочь будущим специалистам осознать себя профессионалами в рекламной и ПР-деятельности; создание предпосылок для осуществления эффективной профессиональной деятельности в сфере развития медиакоммуникационных систем; формирование основополагающих знаний, умений, навыков и компетенций у студентов в области теории и практики массовой информации.

Задачи:

- изучение совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- ознакомление с тенденциями развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;
- приобретение навыков профессиональной деятельности с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, регулируемых политическими, экономическими механизмами их функционирования, правовыми и этическими нормами;
- приобретение навыков осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;
- овладеть навыками самоорганизации, технологиями организации коллективной (командной работы), технологией создания эффективной информационно-коммуникационной инфраструктуры организации;
- познакомиться с ролью ПР-деятельности и рекламы в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы, учитывая особенности внутренней и внешней коммуникации, знания понятийно-категориального аппарата теории аргументации.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.11 Информатика*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.20 Социология массовой коммуникации, Б1.Д.Б.21 Психология массовых коммуникаций, Б1.Д.Б.32 Основы медиапланирования, Б1.Д.В.5 Теория и практика рекламы, Б2.П.Б.У.1 Профессионально-ознакомительная практика*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона,	ОПК-5-В-1 ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных	**Знать:** - специфику развития разных медиакоммуникационных систем с учетом политических, экономических, правовых и этических факторов, обеспечивающих эффективное осуществление профессиональной деятельности;

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5-В-2 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	- разные виды информационно-коммуникационных кампаний и мероприятий, основные направления их применения в профессиональной деятельности **Уметь:** - осуществлять эффективную информационную деятельность, включая новейшие информационные каналы; - использовать основные теоретические подходы к пониманию сущности феномена информации с учетом возможностей их применения в практической деятельности **Владеть:** - приемами осуществления информационно-коммуникативной деятельности; - техникой управления коммуникативными процессами в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью на уровне медиакоммуникационных систем региона, страны и мира

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	1 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**108**	**108**
Контактная работа:	**7,5**	**7,5**
Лекции (Л)	2	2
Практические занятия (ПЗ)	4	4
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: *- выполнение тестовых заданий в системе «АИССТ» (ТЗ);* *- домашние задания (ДЗ);* *- собеседование (опрос) (С(о);* *- задания по работе с научными статьями (НС);* *- творческая работа по написанию публицистического материала (ТР(ПМ);* *- творческая работа по созданию журнала (ТР(Ж);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- подготовка к практическим занятиям*	**100,5** +	**100,5**
Вид итогового контроля	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.	15	-	1	-	14
2	Средства массовой информации в современном мире.	18	1	1	-	16
3	Журналистское творчество как профессиональная деятельность.	14	-	-	-	14
4	Жанр как относительно устойчивая структурно-содержательная организация текста.	17	1	2	-	14
5	Правовые, экономические и этические регуляторы журналистской деятельности.	14	-	-	-	14
6	Характеристика видов негативной информации СМИ и организация её противодействия.	14	-	-	-	14
7	Эффективность деятельности СМИ.	16	-	-	-	16
	Итого:	108	2	4		102
	Всего:	108	2	4		102

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел № 1 Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.

1 Журналистика как система общественной деятельности.
2 История журналистики.
3 Феномен современной российской журналистики.
4 Понятие массовой информации.
5 Этапы массово-информационного процесса.
6 Сущность понятия информационного пространства.

Раздел № 2 Средства массовой информации в современном мире

1 Понятие системы СМИ.
2 Основные функции СМИ.
3 Система российских СМИ.
4 Типология СМИ:
- классификация печатных СМИ;
- классификация современного телевидения;
- классификация радио;
- классификация информационных ресурсов Интернет.

Раздел № 3 Журналистское творчество как профессиональная деятельность

1 Понятие творческого процесса в журналистике.
2 Журналистский текст как носитель информации:
- понятие журналистского текста;
- заголовок как главная идея текста;
- периодическое издание как единый текст.

3 Применение текстов журналистского творчества в деятельности специалиста по связям с общественностью.

Раздел № 4 Жанр как относительно устойчивая структурно-содержательная организация текста

1 Определение понятия жанра в журналистике.
2 Классификация жанров в печатных СМИ.
3 Жанры телевизионной публицистики.

Раздел № 5 Правовые, экономические и этические регуляторы журналистской деятельности

1 Правовые регуляторы журналистской деятельности:
- правовое поле журналиста;
- право на информацию и цензура.
2 Профессиональная этика журналиста.
3 Экономические аспекты работы СМИ.

Раздел № 6 Характеристика видов негативной информации СМИ и организация её противодействия

1 Общая характеристика видов информации СМИ.
2 Виды негативной информации и контрмеры в ее отношении.

Раздел № 7 Эффективность деятельности СМИ

1 Результативность деятельности СМИ.
2 Основные звенья результативности массово-информационного процесса:
- коммуникатор;
- аудитория СМИ;
- творческие факторы эффективной деятельности журналиста при работе с текстом.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.	1
1	2	Средства массовой информации в современном мире.	1
2	4	Жанр как относительно устойчивая структурно-содержательная организация текста.	2
		Итого:	4

4.4 Контрольная работа (1 семестр)

1.Специфика радиовещания как канала массовой коммуникации.
2.Современные подходы к формам подачи интервью в печати (исследование журналистских произведений конкретных СМИ).
3.Специфика телевидения как канала массовой коммуникации.
4.Глобальные проблемы человеческого сообщества и их отражение в СМИ (исследование публикаций конкретных СМИ на определенную тему).
5. Журналистский и PR-текст: технологии создания, сходства и различия (на примере анализа конкретных текстов СМИ).
6. Возможности и особенности взаимодействия аудиовизуальных СМИ с аудиторией (на примере функционирования радиовещания)
7.Особенности функционирования и технологии создания современной районной газеты (на примере…..)
8.Электронная версия газеты в сети Интернет.
9.Информационно-музыкальные радиостанции: тенденции развития и проблемы
10.Трансформация видов «радиослушания» и особенности контакта радиовещания с аудиторией.
11.СМИ как коммерческое предприятие

12.Тематический отбор и верстка выпусков телевизионных новостей (на примере телекомпании «…….»)
13.Образ ведущего телевизионных выпусков новостей (на примере….)
14.Исследования феномена медиавоздействия (на примере…)
15. Предпосылки возникновения печати и эволюция развития СМИ
16.Аудитория – объект или субъект СМИ?
17.Интерактивная журналистика и перспективы ее развития
18. Организация обратных связей с аудиторией (на примере функционирования……..)
19. Облик печатных СМИ в условиях конвергенции.
20.Реализация художественно-просветительских функций радиожурналистики на примере «Радио России».
21.Организация обратных связей с аудиторией в средствах массовой коммуникации.
22.Роль СМИ в социальной ориентации общества. Формы подачи социальной информации.
23.Специализированные издания на информационном рынке услуг.
24.Особенности и различия центральной и региональной прессы.
25.Становление и развитие бульварной прессы в России.
26. Радиовещание в России: история и современные тенденции.
27.Заголовки в медиатекстах.
28.Корпоративная пресса: влияние аудиторного фактора на специфику издания.
29.Сетевые СМИ: специфика функционирования информационного портала.
30.Типологические особенности региональных СМИ.
31.Интервью как жанр и метод получения информации.
32.Специфика интервью на радио.
33. Специфика интервью на телевидении.
34.Интернет как средство массовой коммуникации
35.Коммуникационные возможности радио (на примере…..)
36.Система современных СМИ России.
37.Сайт как продукт конвергентной журналистики
38.Медианасилие как феномен современной действительности.
39.Разработка информационного портала «…….»
40.Разработка печатного издания «…..»
41.Создание собственного СМИ (газеты, радио, телеканала, интернет -проекта)
42.Разработка дизайна сайта издания.
42. Журналистика и PR. Особенности взаимодействия.

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации : общество – СМИ – власть : учебник / А. Г. Киселёв. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 431 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691915

Медиасистема России : учебник для студентов вузов : [16+] / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг [и др.] ; под ред. Е. Л. Вартановой. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2021. – 424 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612615

5.2 Дополнительная литература

Юферева, А. С. Конвергентная журналистика : теория и практика : учебное пособие / А. С. Юферева ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2019. – 107 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697644

Клюев, Ю. В. Теория и практика массовой информации : учебное пособие : [16+] / Ю. В. Клюев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 101 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884

5.3 Периодические издания

PR в России: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»,
PR-диалог/Massmedia XXI век: журнал. - М. : АРЗИ
Журналистика и медиарынок: журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА,
Маркетинг: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»,
Маркетинговые коммуникации: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»,
Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать",
Советник : журнал. - М. : Агенство "Роспечать",
Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать",
Альма матер (Вестник высшей школы) : журнал. - М. : Агентство "Роспечать",
Вопросы языкознания : журнал. - М. : Агентство "Роспечать",
Социологические исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать".

5.1 Интернет-ресурсы

http://www.regnum.ru/ - сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире.

https://openedu.ru/ - онлайн курсы ведущих вузов России.

https://universarium.org/ - открытая система электронного образования.

http://advertology.ru/ - новости рекламного и PR рынка, статьи, репортажи, актуальная информация о правовых аспектах рекламной деятельности.

http://www.prnews.ru/ - сайт компании PR News – лидера в в области исследования компаний, мониторинг СМИ, медианалитика, коммуникационные исследования.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru
2. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2023]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
3. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2023]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe
4. http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.