

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК

Кафедра культуры мира и демократии

МЕДИАТЕХНОЛОГИИ И ПРОДВИЖЕНИЕ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Связи с общественностью и коммуникативные технологии»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

МЕДИАТЕХНОЛОГИИ И ПРОДВИЖЕНИЕ
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

к. ист. н., доцент Гордеева М.А.

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания кафедры
культуры мира и демократии
№ 7 от 25.03.2023 г.

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.....	6
3. Содержание дисциплины.....	6
Принципы коммуникации с аудиторией и продвижения	6
Медиа в социуме. Современный медиатекст.....	6
4. Образовательные технологии	7
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	7
5.1 Система оценивания	7
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине.....	8
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	13
6.1 Список источников и литературы	13
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	14
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	14
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	14
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	15
9. Методические материалы.....	16
9.1 Планы семинарских занятий.....	16
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	18
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	19

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, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Анализирует имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивает и выбирает оптимальные способы решения поставленных задач;	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.
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;	Знать: специфику сценариев специальных событий и мероприятий современной коммуникационной индустрии. Уметь: выстраивать сценариев специальных событий и мероприятий организации коммуникационной работы на основе специфики

		<p>функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии.</p> <p>Владеть: навыком выстраивать сценариев специальных событий и мероприятий коммуникационной работы на основе специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии.</p>
<p>ПК-2. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-2.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p>	<p>Знать: основные методы мониторинг обратной связи с разными целевыми группами при медиапланировании и продвижении коммуникационного продукта.</p> <p>Уметь: осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами при медиапланировании и продвижении коммуникационного продукта.</p> <p>Владеть: навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами при медиапланировании и продвижении коммуникационного продукта.</p>
<p>ПК-5. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>ПК-5.3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.</p>	<p>Знать: содержание технических средств и современные технологии цифровых коммуникаций, необходимых для профессиональной деятельности в сфере коммуникаций</p> <p>Уметь: применять технические средства и современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p> <p>Владеть: навыками применять технические средства и современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиатехнологии и продвижение» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Коммуникационный менеджмент, Репутационный менеджмент, Профессионально-творческая практика.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: PR-консалтинг, Преддипломная практика.

2. Структура дисциплины

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

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
VII	Лекции	18
VII	Семинары	24
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

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 Маклюэна 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, посмодернизм, 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 ПР-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 медиа-культуры. Социальный заказ в системе образования на формирование медиакультуры личности. Угрозы приближения к точке сингулярности развития технологий веб-4.0.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	30 баллов
- тестирование (темы 1-3)	15 баллов	15 баллов
- реферативный доклад (темы 4-6)	15 баллов	15 баллов
Промежуточная аттестация – экзамен (коллоквиум)		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Указания по проведению текущей аттестации: работа выполняется письменно и сдается в указанные сроки проведения текущей аттестации.

Критерий оценки реферативного доклада:

- всего за текущую аттестацию 15 баллов
- раскрыть в сообщении (тексте) ключевые идеи и характеристики рассматриваемой проблемы 10 баллов,
- указать источники – 2 баллов,
- формулировка выводов – 3 баллов.

При проведении *промежуточной аттестации (экзамен)* студент должен ответить в письменной форме на 1 вопрос. Оценивание ответа происходит по следующим критериям:

- Теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе (1-10 баллов);
- Теоретическое содержание освоено частично, допущено не более двух-трех недочетов (11-24 баллов);
- Теоретическое содержание освоено почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов, но обучающийся смог бы их исправить самостоятельно (25-34 баллов);
- Теоретическое содержание освоено полностью, ответ построен по собственному плану (35-40 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	<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>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ 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 выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ 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 выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

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

Оценочные средства текущего контроля

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

Текущая аттестация 1

Форма текущего контроля: тестирование.

Формируемые компетенции: УК-2.1; ПК-1.3; ПК-2.3; ПК-5.3.

Критерий оценки тестирования:

Количество баллов за тест определяется количеством правильных ответов.

Указания по проведению текущей аттестации: работа выполняется письменно на занятии в указанные сроки проведения текущей аттестации.

Вопросы теста

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-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.

Форма текущего контроля: реферативный доклад.

Формируемые компетенции: УК-2.1; ПК-1.3; ПК-2.3; ПК-5.3.

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 источников – 2 баллов,
 - формулировка выводов – 3 баллов.

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.

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации (экзамен)

Форма проведения промежуточной аттестации: коллоквиум.

Формируемые компетенции: УК-2.1; ПК-1.3; ПК-2.3; ПК-5.3.

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: Медиасообщества, 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

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Литература

Основная:

1. Ефанов, А. А. Социология медиакультуры и медиаобразования: учебное пособие для вузов / А. А. Ефанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12432-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518718>
2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258>

3. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа: курс лекций / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150923>
4. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакommunikации: учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520599>

Дополнительная

1. 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.znanium.com/catalog/product/1038950>
2. Кириллова, Н. Б. Медиалогия как синтез наук: монография / Н. Б. Кириллова. — Москва: Академический Проект, 2020. — 368 с. — ISBN 978-5-8291-2678-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133156>
3. Кириллова, Н. Б. Медиapolитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454656>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

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

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

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

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; 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 семинарских 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 Маклюена 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. Технично-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 медиаологии.
3. Философская рефлексия современных медиа.
4. Постструктурализм, семиотика, посмодернизм, феноменология, герменеватика.
5. Философия медиа.

Семинар 4. Современный медиатекст. Язык и стиль.

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 журналистской, рекламной и ПР-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 образования 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 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 (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.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ 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.

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; специфику сценариев специальных событий и мероприятий современной коммуникационной индустрии; основные методы мониторинг обратной связи с разными целевыми группами при медиапланировании и продвижении коммуникационного продукта; содержание технических средств и современные технологии цифровых коммуникаций, необходимых для профессиональной деятельности в сфере коммуникаций.

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; выстраивать сценариев специальных событий и мероприятий организации коммуникационной работы на основе специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии; осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами при медиапланировании и продвижении коммуникационного продукта; применять технические средства и современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

Владеть: навыками использования терминологического аппарата и теоретических знаний при исследовании и анализе медиа; представлением о имеющемся мировом опыте в создании медиакоммуникационного продукта; навыком выстраивать сценариев специальных событий и мероприятий коммуникационной работы на основе специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии; навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами при медиапланировании и продвижении коммуникационного продукта; навыками применять технические средства и современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта