

Аннотация
по дисциплине Б1.Б.03 «Современные теории массовой коммуникации»

Объем трудоемкости ЗФО: 4 зачетные единицы (144 часа, из них – 12,3 часов аудиторной нагрузки: лекционных занятий - 6, практических занятий - 6, 123 - СР, 0,3 ИКР, 8,7- контроль)

Цель дисциплины: сформировать у магистрантов понимание основных теоретических направлений исследований коммуникации и тем самым дать представление о многоаспектности и дисциплинарности современных коммуникаций, включая медиа, технологии информации и коммуникации, индустрии культуры.

Задачи дисциплины:

- Сформировать представление об этапах, принципах развития теорий массовой коммуникации;
- Дать представления о видах массовой коммуникации;
- Дифференцировать понятия «массовая коммуникация», «массовая информация», «масса»;
- Ознакомить с функциями и основными принципами существования коммуникационных систем;
- Рассмотреть вопросы становления и развития различных теорий коммуникаций⁴
- Изучить средства коммуникативного воздействия на аудиторию.

Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО Дисциплина «Современные теории массовой коммуникации» относится к базовой части блока «Б1 Дисциплины (модули)» учебного плана. Дисциплина «Современные теории массовой коммуникации» опирается на положения таких учебных дисциплин как «Основы теории журналистики», «Введение в профессию», «Философия» и «История», изучаемых одновременно, в то же время способствует дальнейшему изучению таких общепрофессиональных журналистских дисциплин базовой и вариативной частей учебного плана, как «Современные медиасистемы», «Деонтология журналистики».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы. Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных* компетенций (ОК/ОПК/ПК): *ОПК 3*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-3	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального	специфику профессиональной деятельности, базируясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании	выполнять различные виды профессиональной деятельности, базируясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании	навыками профессиональной деятельности, базируясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании

	института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации	спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации	спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации	спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации
--	--	--	--	--

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в А семестре:

1	Наименование разделов	Всего	Количество часов			
			Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СР
2	3	4	5	6	7	
1.	Определения информации и коммуникации. Коммуникация и медиа. СМИ и СМК.	21	2	-	-	19
2.	Тенденции изменений массовой коммуникации. Новые медиа: вызов массовым коммуникациям.	24	-	2	-	22
3.	Социальные технологии в массовых коммуникациях	24	2	-	-	22
4.	Основные подходы: лингвистика, социология, политическая экономия, философия коммуникации. Классификация теорий.	24	-	2	-	22
5.	Эмпирико-функционалистская школа изучения массовых коммуникаций	21	2	-	-	19
6.	Критическая теория и философия. Теории индустриализации культуры.	21	-	2	-	19
<i>Итого по дисциплине:</i>			6	6	-	123

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. Жильцова О.Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCBEF9036
2. Коноваленко М.Ю. Психология рекламы и пр : учебник для бакалавриата и магистратуры / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — М. : Издательство Юрайт,

2017. — 391 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).
[Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/48F63921-D1D7-4D24-BD2F-A533447EDC5E

3. Селезнева Л.В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4

Автор РПД: д.ф.н. профессор кафедры электронных СМИ и новых медиа Мальцева Р.И.