

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Иванов А.Г.

2017 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.Б.11.04 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ**

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с
общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с
общественностью в системе государственного и муниципального управления

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки прикладная

(академическая /прикладная)

Форма обучения очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

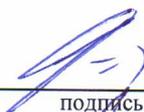
Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины Б1.Б.11.04 Теория и практика массовой информации составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):

И.О. Никулин, доц., канд. филол. наук

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Е.В. Тарасенко, преподаватель

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.Б.11.04 Теория и практика массовой информации утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.

И.о. заведующего кафедрой

рекламы и связей с общественностью

Немец Г.Н.

фамилия, инициалы


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.

И.о. заведующего кафедрой

рекламы и связей с общественностью

Немец Г.Н.

фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол № 07-17 «21» июня 2017 г.

Председатель УМК факультета Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Ю.В. Лучинский, доктор филологических наук, проф., зав. кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «КубГУ»

М.В. Адамова, первый заместитель главного редактора краевой газеты «Кубань Сегодня»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины – формирование у студента знаний о системе средств массовой коммуникации, ее функционировании, практических навыков в сфере рекламного творчества и умений использования полученных знаний и компетенций в профессиональной деятельности.

1.2 Задачи дисциплины:

- формирование представления об основных категориях и концепциях теории массовой коммуникации;
- формирование представления об исторических путях развития СМК и возможности их взаимосвязей, взаимодействия;
- ознакомление с практикой работы печатных СМИ, радио, телевидения, рекламы и сформировать представления о технологической организации процесса массово-информационной деятельности.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Курс является базовым для изучения широкого спектра теорий и практик массовой коммуникаций с акцентом на получение навыков и формирование современных компетенций специалиста по рекламе и связям с общественностью для дальнейшего углубленного изучения и прагматического использования во всех возможных направлениях профессиональной деятельности (контентная, редакционная, менеджерская деятельность в печатных СМИ, на радиовещании, телевидении, в интернете, а также в мобильной корпоративной, фото- и инфографической журналистике, рекламе, медиаменеджменте и медиаэкономике).

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины «Теория и практика массовой информации» направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональных компетенций (ОПК):

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (**ОПК-3**)
- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (**ОПК-4**);
- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (**ОПК-5**);

профессиональных компетенций (ПК):

- способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (**ПК-12**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных /профессиональных компетенций (ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	<i>ОПК5</i>	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	<i>знать</i> приемы и методы по созданию текстов рекламы и связей с общественностью, копирайтинга	<i>уметь</i> создавать тексты рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга	<i>владеть</i> базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга
2.	<i>ОПК4</i>	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	<i>знать</i> способы организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	<i>уметь</i> организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	<i>владеть</i> навыками организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
3.	<i>ПК12</i>	способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих	<i>знать</i> способы контроля по подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной продукции,	<i>уметь</i> контролировать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая	<i>владеть</i> способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		структурах, средствах массовой информации	включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
4.	ОПК3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	знать особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью	уметь осуществлять литературное редактирование текстов рекламы и ПР	владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга текстов для рекламы и ПР

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 7 зач.ед. (252 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		3	4		
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	150	80	70	-	-
Занятия лекционного типа	60	32	28	-	-
Лабораторные занятия	30	16	14	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	60	32	28	-	-
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	9	2	7	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,6	0,3	0,3	-	-
Самостоятельная работа, в том числе:					
<i>Курсовая работа</i>	6	-	6	-	-
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	6	5	1	-	-
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>	6	5	1	-	-
<i>Реферат</i>	6	5	1	-	-

Подготовка к текущему контролю	6	6		-	-	
Контроль:	62,4	35,7	26,7			
Подготовка к экзамену				-	-	
Общая трудоемкость	час.	252	144	108	-	-
	в том числе контактная работа	159,6	77,6	77	-	-
	зач. ед	7	4	3	-	-

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (для студентов ОФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Массовая коммуникация: понятие и основные подходы к изучению	7	2	2	1	2
2.	История развития массовой коммуникации на Западе и в России	7	2	2	1	2
3.	Система СМИ	7	2	2	1	2
4.	Основы права СМИ	7	2	2	1	2
5.	Этика СМИ	7	2	2	1	2
6.	Менеджмент СМИ	7	2	2	1	2
7.	Теория и методика журналистского творчества	7	2	2	1	2
8.	Жанры и технологии работы в СМИ	7	2	2	1	2
9.	Техника и технология СМИ: прессы, радио, ТВ, Интернет	7	2	2	1	2
10.	Техника и технология СМИ: прессы	7	2	2	1	2
11.	Техника и технология СМИ: радио	6	2	2	1	1
12.	Техника и технология СМИ: ТВ	6	2	2	1	1
13.	Техника и технология СМИ: Интернет	6	2	2	1	1
14.	Понятие информационного общества	6	2	2	1	1
15.	Типологические группы современных СМИ	6	2	2	1	1
16.	Методы сбора информации в журналистике	6	2	2	1	1
	<i>Итого по дисциплине:</i>		32	32	16	26

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (очная форма)

	Наименование разделов (тем)	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа

			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Журналистика как профессия	5	2	2	1	1
2.	Технология журналистского творчества	5	2	2	1	1
3.	Методы сбора информации в журналистике	5	2	2	1	1
4.	Этические принципы журналистики	5	2	2	1	1
5.	Журналистское произведение как особый вид текста	4	2	2	1	-
6.	Жанры журналистики	4	2	2	1	-
7.	Структура и функции редакции	4	2	2	1	-
8.	Организация работы журналиста в редакции	4	2	2	1	-
9.	Процесс выпуска номера газеты	4	2	2	1	-
10.	Массовая информация и ее роль в современной мире	4	2	2	1	-
11.	Социально-политические реформы общества	4	2	2	1	-
12.	Возникновение журналистики	4	2	2	1	-
13.	Теория журналистского творчества	4	2	2	1	-
14.	Методика журналистского творчества	4	2	2	1	-
	<i>Итого по дисциплине:</i>		28	28	14	4

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (темы) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Массовая коммуникация: понятие и основные подходы к изучению	Понятие, виды, свойства коммуникации Коммуникационный процесс: структурные модели, элементы коммуникации Массовая коммуникация: основные элементы и особенности Средства массовой коммуникации: понятие, подходы к изучению Особенности прессы, радио, ТВ, Интернет-СМИ	Конспект лекции
2.	История развития массовой коммуникации на Западе и в России	Факторы возникновения и эволюции массовой коммуникации. Пражурналистские явления и ранние этапы развития прессы. Массовая печать в XIX-XX веке: срастание прессы и капитала. Тенденции развития СМИ в XX-XXI веке.	Конспект лекции

		Российская традиция печати.	
3.	Система СМИ	Системные характеристики российских масс-медиа и инфраструктура СМИ. Типология СМИ. Функции СМИ.	Конспект лекции
4.	Основы права СМИ	Принципы правового регулирования СМИ. Система права СМИ в России. Право на информацию и сведения, относящиеся к тайне. Правовой режим экономической поддержки СМИ	Конспект лекции
5.	Этика СМИ	Понятие этики и ее профессиональное применение. Общие черты развития профессиональной этики в России. Концепция и содержание журналистской этики: опыт зарубежных стран.	Конспект лекции
6.	Менеджмент СМИ	Понятие и структура менеджмента. Принципы редакционной политики. Основы медиаэкономики России и зарубежных стран. Маркетинг в структуре менеджмента СМИ.	Конспект лекции
7.	Теория и методика журналистского творчества	Особенности личности журналиста. Понятие и структура журналистского текста. Методы исследования действительности в журналистике. Критерии и принципы журналистской деятельности.	Конспект лекции
8.	Жанры и технологии работы в СМИ	Жанры и направления журналистики. Информационные жанры. Аналитические жанры. Художественно-публицистические жанры	Конспект лекции
9.	Техника и технология СМИ: прессы, радио, ТВ, Интернет	Техника и технология периодических изданий, радиовещания, телевидения. Технологические принципы СМИ в сети Интернет.	Конспект лекции
10.	Техника и технология СМИ: прессы	Техника и технология периодических изданий	Конспект лекции
11.	Техника и технология СМИ: радио	Техника и технология радиовещания	Конспект лекции
12.	Техника и технология СМИ: ТВ	Техника и технология телевидения.	Конспект лекции
13.	Техника и технология СМИ: Интернет	Технологические принципы СМИ в сети Интернет.	Конспект лекции
14.	Понятие информационного общества	Социально-политические реформы современного общества. Особенности информационной инфраструктуры в национальных границах различных стран.	Конспект лекции
15.	Типологические группы современных СМИ	Современные СМИ России. Общественно-политические издания. Информационно-коммерческая пресса. Деловая пресса. Отраслевая пресса. Региональная пресса. Религиозные издания. Телевидение. Радио. Интернет-издания.	Конспект лекции

16.	Методы сбора информации в журналистике	Ориентация журналиста в окружающей действительности. Период сбора и накопления информации. Всесторонняя социальная ориентация журналиста и знание действительности как обязательное условие творчества. Коммуникативные методы получения информации. Очная беседа. Интервью. Виды интервью. Структура интервью. Некоммуникативные методы (документальные и физические). Наблюдение как рабочее состояние, жизненная потребность журналиста. Наблюдение как метод получения информации. Наблюдение произвольное и целенаправленное. Наблюдение локальное, одноразовое и многократное, открытое и скрытое. Включенное наблюдение. Правовые и этические пределы использования метода. Анализ документов. Проблемы надежности и достоверности документов. Интернет и его использование журналистом. Проблема факта и комментария. Знание документов, исходящих из государственных и общественных институтов как обязательное условие журналистского труда. Аналитические методы получения информации: системный анализ, сравнительный анализ, дедуктивный и индуктивный методы, экспертный опрос, моделирование. Знание потребностей и интересов, мнений, настроений и запросов аудитории как необходимое условие журналистского творческого процесса. Методы организации и хранения информации. Досье.	Конспект лекции
17.	Журналистика как профессия	Виды журналистских профессий. Репортёр. Корреспондент (штатный, специальный, собственный). Редактор. Комментатор и обозреватель. Ведущий теле- и радиопрограмм (ведущий шоу-программ, ведущий ток-шоу, модератор)	Конспект лекции
18.	Технология журналистского творчества	Журналистское творчество как предмет изучения. Понятие о творчестве. Специфика журналистского творчества. Слагаемые журналистского творчества. Непосредственное познание действительности в творчестве журналиста. Документализм, подлинность познанного. Документальный фактический образ. Предпосылки творческого процесса. Журналистское творчество как система различных видов деятельности: преобразовательной, познавательной, аксиологической. Уровни творчества: самодеятельность, профессионализм, мастерство. Методы,	Конспект лекции

		<p>принципы и приёмы создания журналистских текстов.</p> <p>3 подхода к созданию текста:</p> <p>научный, публицистический, художественный подходы. Факт в работе журналиста. Факты и мнения. Авторский и коллективный подходы к созданию журналистского текста. Эстетические и методологические слагаемые журналистского творчества. Замысел, идея; тема; материал; анализ; определение структуры произведения; воплощение замысла.</p>	
19.	<p>Методы сбора информации в журналистике</p>	<p>Ориентация журналиста в окружающей действительности.</p> <p>Период сбора и накопления информации</p> <p>Всесторонняя социальная ориентация журналиста и знание действительности как обязательное условие творчества.</p> <p>Коммуникативные методы получения информации. Очная беседа. Интервью. Виды интервью. Структура интервью.</p> <p>Некоммуникативные методы (документальные и физические). Наблюдение как рабочее состояние, жизненная потребность журналиста. Наблюдение как метод получения информации. Наблюдение произвольное и целенаправленное.</p> <p>Наблюдение локальное, одноразовое и многократное, открытое и скрытое. Включенное наблюдение. Правовые и этические пределы использования метода.</p> <p>Анализ документов. Проблемы надежности и достоверности документов. Интернет и его использование журналистом. Проблема факта и комментария. Знание документов, исходящих из государственных и общественных институтов как обязательное условие журналистского труда. Аналитические методы получения информации: системный анализ, сравнительный анализ, дедуктивный и индуктивный методы, экспертный опрос, моделирование. Знание потребностей и интересов, мнений, настроений и запросов аудитории как необходимое условие журналистского творческого процесса. Методы организации и хранения информации. Досье.</p>	<p>Конспект лекции</p>
20.	<p>Этические принципы журналистики</p>	<p>Законы и кодексы журналистики. Принципы журналистики: принцип честной игры, точность, принцип непредвзятости, концепция беспристрастности, уважение частной жизни, катастрофы и несчастные случаи и др. Принцип свободного потока информации.</p>	<p>Конспект лекции</p>
21.	<p>Журналистское</p>	<p>Сущность понятия текст. Стилистика текстов.</p>	<p>Конспект</p>

	произведение как особый вид текста	Специфика телетекста. Сценарий: сценарная заявка, литературный сценарий, сценарный план. Драматургические особенности сценария. Элементы и структура сценария. Монтажный лист. Содержание сценария. Радио-текст. Текст рекламы. Творческая реклама. Газетно-журнальный текст. Стилистика текстов газет и журналов. Структура газетно-журнального текста: заголовок (head line), вступление (lid) (типы вступлений), корпус. Композиция текста: спиральная, эллиптическая, круговая (циклическая).	лекции
22.	Жанры журналистики	Понятие жанра. Жанровые признаки: тема произведения, композиционная организация материала, мера типизации, изобразительные и выразительные средства. Факторы, определяющие выбор жанра: характер объекта, позиция автора, конечная цель. Классификация жанров: информация, публицистика, художественные жанры. Межжанровый синтез. Информационные жанры: информационная заметка, репортаж, интервью, отчет. Стилиобразующие факторы: оперативность, динамичность, наличие в материалах событий, рассмотрение отдельного факта. Аналитическая журналистика Основы технологии создания аналитических текстов. Логические приемы аналитического исследования: аналогия, сравнение, анализ и синтез, объяснение, эксперимент. Аналитические жанры и их жанрообразующие признаки. Доминирование авторского начала, выявление общего, типизация действительности. Комментарий, анализ, очерк, корреспонденция, дискуссия, статья, рецензия, обзор печати, обозрение, беседа - жанровые разновидности и типы текстов. Художественные жанры: эссе, новелла, риэлти, викторина, очерк, фельетон, памфлет. Полистилизм. Авторское «я».	Конспект лекции
23.	Структура и функции редакции	Структурно-функциональные характеристики редакционного коллектива. СМИ как предприятие. Звено управления и звено исполнения. Структура редакции как трудового коллектива. Функциональная подструктура. Организационная подструктура. Социально-психологическая подструктура. Социально-демографическая подструктура. Редакционный коллектив в системе социальных связей. Внешние связи. Редакция и целевая аудитория. Подчинительные связи. Управляющие связи. Координационные связи.	Конспект лекции
24.	Организация	Организация работы журналиста в	Конспект

	работы журналиста в редакции	редакционных подразделениях. Функции сотрудников звена управления. Редакционная коллегия. Секретариат редакции. Отдел в системе редакционного коллектива. Структура и функции отдела. Виды отделов, их деловые связи. Планирование работы редакции. Организация выпуска газеты. Организация выпуска радио- и теле программ. Связи с общественностью в редакционной структуре.	лекции
25.	Процесс выпуска номера газеты	Организация процесса выпуска номера газеты. Подготовка и публикация газетного текста. Подготовка и выпуск номера газеты. Работа над номером в редакции. Способы подачи материала на газетной полосе. Виды правки. Макетирование номера. Виды вёрстки полосы. Композиционно-графическая модель оформления газеты. Организация выпуска радио- и теле программ. Связи с общественностью в редакционной структуре. Полиграфическая техника и полиграфические процессы. Верстка и печать. Дизайн полиграфических изданий. Основные технологические схемы выпуска газетно-журнальной продукции. Фотография, техника фотосъемки. Технические средства радио и телевидения. Кабельное и эфирное телевидение. Спутниковое телевидение. Компьютерная техника в производстве современной прессы, в работе редакций. Электронные версии современных газет.	Конспект лекции
26.	Массовая информация и ее роль в современной мире	СМИ как предприятие; рынок современной прессы, позиционирование издания; распространение издания; оценка спроса, стимулирование сбыта; государственные дотации СМИ. Связи с общественностью в редакционной структуре	Конспект лекции
27.	Социально-политические реформы общества	Особенности информационной инфраструктуры в национальных границах стран; глобализация информационных процессов; понятие информационного общества	Конспект лекции
28.	Возникновение журналистики	Развитие массовой прессы; процесс монополизации прессы. Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке	Конспект лекции
29.	Теория журналистского творчества	Журналистское творчество как профессиональная деятельность. Профессионально-этические правила и нормы. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности.	Конспект лекции
30.	Методика журналистского	Технические средства в процессе журналистского творчества. Журналистское	Конспект

творчества	произведение как текст. Технические средства массовой коммуникации.	лекции
------------	---	--------

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Массовая коммуникация: понятие и основные подходы к изучению	Понятие, виды, свойства коммуникации Коммуникационный процесс: структурные модели, элементы коммуникации Массовая коммуникация: основные элементы и особенности Средства массовой коммуникации: понятие, подходы к изучению Особенности прессы, радио, ТВ, Интернет-СМИ	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2.	История развития массовой коммуникации на Западе и в России	Факторы возникновения и эволюции массовой коммуникации. Пражурналистские явления и ранние этапы развития прессы. Массовая печать в XIX-XX веке: срастание прессы и капитала. Тенденции развития СМИ в XX-XXI веке. Российская традиция печати.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
3.	Система СМИ	Системные характеристики российских масс-медиа и инфраструктура СМИ. Типология СМИ. Функции СМИ.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
4.	Основы права СМИ	Принципы правового регулирования СМИ. Система права СМИ в России. Право на информацию и сведения, относящиеся к тайне. Правовой режим экономической поддержки СМИ	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5.	Этика СМИ	Понятие этики и ее профессиональное применение. Общие черты развития профессиональной этики в России. Концепция и содержание журналистской этики: опыт зарубежных стран.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
6.	Менеджмент СМИ	Понятие и структура менеджмента. Принципы редакционной политики. Основы медиаэкономики России и зарубежных стран. Маркетинг в структуре менеджмента СМИ.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
7.	Теория и методика журналистского творчества	Особенности личности журналиста. Понятие и структура журналистского текста. Методы исследования действительности в журналистике. Критерии и принципы журналистской деятельности.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

8.	Жанры и технологии работы в СМИ	Жанры и направления журналистики. Информационные жанры. Аналитические жанры. Художественно-публицистические жанры	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
9.	Техника и технология СМИ: прессы, радио, ТВ, Интернет	Техника и технология периодических изданий, радиовещания, телевидения. Технологические принципы СМИ в сети Интернет.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
10.	Техника и технология СМИ: прессы	Техника и технология периодических изданий	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
11.	Техника и технология СМИ: радио	Техника и технология радиовещания	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
12.	Техника и технология СМИ: ТВ	Техника и технология телевидения.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
13.	Техника и технология СМИ: Интернет	Технологические принципы СМИ в сети Интернет.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
14.	Понятие информационного общества	Социально-политические реформы современного общества. Особенности информационной инфраструктуры в национальных границах различных стран.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

2.3.3 Лабораторные занятия.

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1.	Массовая коммуникация: понятие и основные подходы к изучению	<i>Отчет по лабораторной работе</i>

2.	История развития массовой коммуникации на Западе и в России	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
3.	Система СМИ	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
4.	Основы права СМИ	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
5.	Этика СМИ	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
6.	Менеджмент СМИ	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
7.	Теория и методика журналистского творчества	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
8.	Жанры и технологии работы в СМИ	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
9.	Техника и технология СМИ: прессы, радио, ТВ, Интернет	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
10.	Техника и технология СМИ: прессы	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
11.	Техника и технология СМИ: радио	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
12.	Техника и технология СМИ: ТВ	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
13.	Техника и технология СМИ: Интернет	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
14.	Понятие информационного общества	<i>Отчет по лабораторной работе</i>

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

1. Психологическое влияние продакт плейсмента на восприятие бренда.
2. Product placement как инструмент маркетинговой стратегии (отечественный и зарубежный опыт).
3. Семейная тематика в социальной рекламе.
4. Анализ фирменного стиля и его роль в успешном продвижении бренда.
5. Основа социальной рекламы.
6. Особенности айдентики как способа продвижения.
7. Стратегия коммерческой рекламы.
8. Специфика smm продвижения компаний сегмента b2b.
9. Реклама как феномен культуры.
10. Социальная реклама: зарубежный опыт.
11. Особенности современной журнальной рекламы.
12. Влияние фирменного стиля на поведение потребителя (на примере).
13. Влияние фирменного стиля на поведение потребителя
14. Специфика наружной социальной рекламы.
15. Методы психологического воздействия на массовую аудиторию.
16. Методы психологического воздействия на массовую аудиторию (на примере).
17. Социальные сети, как площадка трансляции массовой информации.
18. Ребрендинг как стимулирование продаж.
19. Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных/продуктовых брендов и/или услуг.
20. Особенности рекламного продвижения в заведениях общепита.
21. Специфика программы амбассадора как средства маркетинговой коммуникации.
22. Использование методов манипулирования в рекламе и пр.
23. Коммуникативная компетентность специалиста пиар.
24. Социальная реклама в современных условиях.
25. Особенности деятельности отделов PR в госучреждениях, политических и общественных структурах (сравнительный анализ).
26. Особенности деятельности отделов PR в госучреждениях.
27. Особенности деятельности отделов PR в политических структурах.
28. Особенности деятельности отделов PR в общественных структурах.
29. Жанровое разнообразие в современной рекламе.
30. Драматизированный и не драматизированный рекламный текст.
31. Smm как инструмент продвижения в сети интернет.
32. Специфика отечественного политического PR.
33. Специфика зарубежного политического PR.
34. Специфика отечественного и зарубежного политического PR.
35. Манипулятивная методология в сенсорном маркетинге.
36. Невербальные приемы манипулирования в рекламной коммуникации.
37. Вербальные приемы манипулирования в рекламной коммуникации
38. Партизанский пиар как инструмент маркетинговых коммуникаций.
39. Особенности Self-PR в современных реалиях.
40. Маркетинговое продвижение продукта через PR коммуникации.
41. Интернет-реклама, как современный инструмент продвижения.
42. Манипулятивные методы в рекламе.
43. Жанр публичной лекции в современном информационном пространстве.
44. Мотивационный маркетинг при продвижении товаров недвижимости.
45. Линейный ребрендинг.
46. Особенности влияния рекламы на детскую аудиторию.
47. Специфика создания и продвижения медиа имиджа брендов модной одежды.
48. Дизайн упаковки в процессе рекламного продвижения.

49. Инновационные технологии в рекламе 21 века.
50. Влияние социальной рекламы на формирование общественных ценностей.
51. Особенности специальных событий в рамках событийного маркетинга.
52. Манипулирование сознанием человека в процессе рекламной коммуникации.
53. Политические коммуникации в современных условиях.
54. Особенности телевизионной социальной рекламы.
55. Психология юмора в рекламе.
56. Формирование ценностей посредством телевизионного воздействия.
57. Гендерные коммуникации в социальной рекламе.
58. Ретранслятор фирменного стиля бренда посредством транзитной рекламы.
59. Роль рекламы в продвижении отечественного бренда на российском рынке.
60. Медиа-политическая система российских СМИ: обзор аналитических подходов.
61. Общественное восприятие социальной рекламы.
62. Телевизионная спонсорская реклама.
63. Вирусный маркетинг в интернете и в печати.
64. Роль продакт-плейсмента в кинематографе.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Самостоятельная проработка теоретического материала	<p>Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс] : учебник / Киселев А. Г. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 431 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436719&sr=1.</p> <p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017</p> <p>Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. : Юрайт, 2017. - 552 с. - https://biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF.</p> <p>Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 324 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453044&sr=1.</p> <p>Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М. : Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.</p> <p>Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 336 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56211</p> <p>Щепилова, Г. Г. Реклама [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В.</p>

		Щепилов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 381 с. - https://www.biblio-online.ru/book/5B5AE353-53DD-40E6-AEE5-60670F5234CE .
2.	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	<p>Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс] : учебник / Киселев А. Г. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 431 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436719&sr=1.</p> <p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017</p> <p>Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. : Юрайт, 2017. - 552 с. - https://biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF.</p> <p>Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 324 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453044&sr=1.</p> <p>Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М. : Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.</p> <p>Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 336 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56211</p> <p>Щепилова, Г. Г. Реклама [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 381 с. - https://www.biblio-online.ru/book/5B5AE353-53DD-40E6-AEE5-60670F5234CE.</p>
3.	Реферат	<p>Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс] : учебник / Киселев А. Г. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 431 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436719&sr=1.</p> <p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017</p> <p>Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. : Юрайт, 2017. - 552 с. - https://biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF.</p> <p>Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 324 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453044&sr=1.</p> <p>Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] :</p>

	<p>учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М. : Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.</p> <p>Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 336 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56211</p> <p>Щепилова, Г. Г. Реклама [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 381 с. - https://www.biblio-online.ru/book/5B5AE353-53DD-40E6-AEE5-60670F5234CE.</p>
--	---

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, практические занятия, самостоятельные работы по основным темам курса.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализация компетентного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В рамках данного курса используется такая интерактивная форма проведения занятий как подготовка рефератов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

4.1.1 Примерная тематика семинарских занятий:

Тема: Массовая коммуникация: понятие и основные подходы к изучению

Вопросы для подготовки:

1. Понятие, виды, свойства коммуникации.
2. Коммуникационный процесс: структурные модели, элементы коммуникации.
3. Массовая коммуникация: основные элементы и особенности.
4. Средства массовой коммуникации: понятие, подходы к изучению.
5. Особенности прессы, радио, ТВ, Интернет-СМИ.

4.1.2 Примерная тематика лабораторных занятий:

Тема: Техника и технология СМИ: ТВ.

Содержание лабораторной работы: на примере нескольких телевизионных проектов, студенту необходимо определить, какое эмоциональное и рациональное воздействие данные примеры ТВ продуктов оказывают на потребителя, проанализировать когнитивные аспекты воздействия ТВ образов на предполагаемую целевую аудиторию, а также спрогнозировать возможные варианты поведения потребителей под воздействием ТВ деятельности.

4.1.3 Примерные темы рефератов:

1. Новые подходы в исследованиях журналистики
2. Массмедиа как система
3. Тенденции организации медиaprостранства в XXI веке
4. Новые модели медиакоммуникации в XXI веке
5. Медиаэкономика и медиабизнес в РФ
6. Российская журналистика и кризис
7. Медиа и новые технологии: эволюция теоретических концепций
8. Массмедиа, гражданское общество и публичная сфера
9. Общественные медиа как альтернатива традиционным СМИ
10. Конвергенция: журналистика, реклама, связи с общественностью
11. Конвергенция технологическая, контентная, экономическая
12. Предметное поле медиа: парадигмы постмодерна
13. Предметное поле журналистики: ментальные сферы
14. Предметное поле СМК: технологические сферы
15. Предметное поле СМК: новые сферы
16. Новые подходы в исследованиях СМК в XXI веке
17. СО и СМИ: парадигмы взаимодействия
18. Публицистика как инструмент общественного политического влияния
19. Нормативные теории СМК
20. Общественно-научные теории СМК
21. Функциональные теории СМК
22. Теории «здорового смысла» СМК
23. Авторитарная теория СМК
24. Либертарианская теория СМК
25. Советская коммунистическая теория СМК
26. Социальной ответственности теория СМК
27. Теория медиа периода развития
28. Теория демократического участия (партиципаторная) СМК
29. Теории массового общества и теории СМК

30. Теория «магической пули»
31. Теория пропаганды
32. Теория эффектов коммуникации
33. Концепция лидеров мнения
34. Теория изменения установок
35. Концепция индивидуального функционализма в СМК
36. Теория диффузии инноваций
37. Феноменологическая теория
38. Элитарный плюрализм
39. Теория социального научения
40. Теория сублимации
41. Теория активной аудитории
42. Теория обретения пользы и удовлетворения
43. Теория игры
44. Теория заговора и медиазависимости
45. Теория выстраивания приоритетов
46. Теория «спирали молчания»
47. Культурологический анализ в СМК
48. Символический интеракционизм в СМК
49. Теория ритуала в СМК
50. Социальное конструирование реальности СМК
51. Анализ фреймов в СМК
52. Теория культивации
53. Неомарксистские теории в СМК
54. Франкфуртская школа СМК
55. Британские школы исследований СМК
56. Торонтская школа (Г. Иннис, М. Маклюэн)
57. Современные концепции медиаменеджмента
58. Медиаэкономика в период кризиса
59. Реклама в современных СМИ.
60. Реклама в интернет-СМИ.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Контрольные вопросы для промежуточной формы контроля (3 семестр) (экзамен)

1. Виды журналистских профессий.
2. Стадии создания журналистского произведения.
3. Тема как элемент творческого процесса.
4. Тема, идея, проблематика журналистского произведения.
5. Выбор темы. Источники тем.
6. Соответствие материала выбранной теме.
7. Социальная значимость и актуальность журналистского произведения
8. Творчество журналиста - структурный и эстетический аспекты.
9. Факт и мнение в журналистском произведении.
0. Методы сбора и получения информации в журналистике. Коммуникативные методы.
11. Интервью. Подготовка к интервью. Проведение интервью.
12. Основные правила интервьюирования.
13. Барьеры общения. Умение их ослабить.
14. Классификация вопросов в интервью.

15. Методы сбора и получения информации в журналистике. Документальные, физические и аналитические методы.
16. Фиксирование информации. Записная книжка журналиста.
17. Журналистская этика. Законы и кодексы журналистики.
18. Принципы журналистской этики.
19. Достоверность журналистского произведения.
20. Журналистское произведение как особый вид текста. Специфика телерадио- и рекламного текстов.
21. Выбор заголовка и его роль в журналистском произведении.
22. Газетно-журнальный текст.
23. Структура журналистского текста. Общие классификационные признаки.
24. Композиционное построение журналистского произведения.
25. Жанры журналистики, их классификация. Межжанровый синтез.
26. Новость как особый вид текста.
27. Информационные жанры журналистики.
28. Репортаж. Виды репортажей.
29. Интервью как жанр.
30. Критерии формулировки вопросов в интервью.
31. Условия успешного проведения дискуссии.
32. Отчет. Виды отчетов.
33. Аналитические жанры журналистики.
34. Корреспонденция как жанр.
35. Статья. Виды статей.
36. Рецензия и обозрение.
37. Художественные жанры журналистики.
38. Фельетон и памфлет как художественные жанры.
39. Публицистическое эссе.
40. Выпуск номера газеты. Редакционный процесс. Типографский процесс.
41. Свойства коммуникации.
42. Российская традиция печати.
43. Типология СМИ.
44. Система права СМИ в России.
45. Понятие этики и ее профессиональное применение.
46. Принципы редакционной политики.
47. Понятие и структура журналистского текста.
48. Информационные жанры.
49. Техника и технология периодических изданий.
50. Техника и технология радиовещания.
51. Техника и технология телевидения.
52. Технологические принципы СМИ в сети Интернет.
53. Общественно-политические издания.
54. Виды интервью.
55. Виды журналистских профессий.
56. Понятие о творчестве.
57. Период сбора и накопления информации.
58. Принцип свободного потока информации.
59. Понятие жанра.
60. СМИ как предприятие.
61. Теория игры.
62. Теория заговора и медиазависимости.
63. Теория выстраивания приоритетов.
64. Теория «спирали молчания».

Контрольные вопросы для промежуточной формы контроля (4 семестр) (экзамен)

1. Новые подходы в исследованиях журналистики
2. Массмедиа как система
3. Тенденции организации медиaprостранства в XXI веке
4. Новые модели медиакоммуникации в XXI веке
5. Медиаэкономика и медиабизнес в РФ
6. Российская журналистика и кризис
7. Медиа и новые технологии: эволюция теоретических концепций
8. Массмедиа, гражданское общество и публичная сфера
9. Общественные медиа как альтернатива традиционным СМИ
10. Конвергенция: журналистика, реклама, связи с общественностью
11. Конвергенция технологическая, контентная, экономическая
12. Предметное поле медиа: парадигмы постмодерна
13. Предметное поле журналистики: ментальные сферы
14. Предметное поле СМК: технологические сферы
15. Предметное поле СМК: новые сферы
16. Новые подходы в исследованиях СМК в XXI веке
17. СО и СМИ: парадигмы взаимодействия
18. Публицистика как инструмент общественного политического влияния
19. Нормативные теории СМК
20. Общественно-научные теории СМК
21. Функциональные теории СМК
22. Теории «здорового смысла» СМК
23. Авторитарная теория СМК
24. Либертарианская теория СМК
25. Советская коммунистическая теория СМК
26. Социальной ответственности теория СМК
27. Теория медиа периода развития
28. Теория демократического участия (партиципаторная) СМК
29. Теории массового общества и теории СМК
30. Теория «магической пули»
31. Теория пропаганды
32. Теория эффектов коммуникации
33. Концепция лидеров мнения
34. Теория изменения установок
35. Концепция индивидуального функционализма в СМК
36. Теория диффузии инноваций
37. Феноменологическая теория
38. Элитарный плюрализм
39. Теория социального научения
40. Теория сублимации
41. Теория активной аудитории
42. Теория обретения пользы и удовлетворения
43. Теория игры
44. Теория заговора и медиазависимости
45. Теория выстраивания приоритетов
46. Теория «спирали молчания»
47. Культурологический анализ в СМК
48. Символический интеракционизм в СМК

49. Теория ритуала в СМК
50. Социальное конструирование реальности СМК
51. Анализ фреймов в СМК
52. Теория культивации
53. Неомарксистские теории в СМК
54. Франкфуртская школа СМК
55. Британские школы исследований СМК
56. Торонтская школа (Г. Иннис, М. Маклюэн)
57. Современные концепции медиаменеджмента
58. Медиаэкономика в период кризиса
59. Реклама в современных СМИ.
60. Реклама в интернет-СМИ.
61. Свойства коммуникации.
62. Российская традиция печати.
63. Типология СМИ.
64. Система права СМИ в России.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на экзамене

Итоговой формой контроля сформированности компетенций у обучающихся по дисциплине является экзамен. Студенты обязаны сдать экзамен в соответствии с расписанием и учебным планом

ФОС промежуточной аттестации состоит из вопросов и задач к экзамену по дисциплине.

Экзамен по дисциплине преследует цель оценить работу студента за курс, получение теоретических знаний, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение применять полученные знания для решения практических задач.

Форма проведения экзамена: устно (письменно).

Экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы по всей учебной программе дисциплины.

Результат сдачи экзамена заносится преподавателем в экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

Критерии оценки:

оценка «отлично»: глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, логически последовательные, полные, грамматически правильные и конкретные ответы на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы членов комиссии; использование в необходимой мере в ответах языкового материала, представленного в рекомендуемых учебных пособиях и дополнительной литературе.;

оценка «хорошо»: твёрдые и достаточно полные знания всего программного материала, последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном реагировании на замечания по отдельным вопросам;

оценка «удовлетворительно»: знание и понимание основных вопросов программы, наличие ошибок при недостаточной способности их корректировки, наличие определенного количества (не более 50%) ошибок в освещении отдельных вопросов билета;

оценка «неудовлетворительно»: непонимание сущности излагаемых вопросов, грубые ошибки в ответе, неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы экзаменаторов.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

- при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;
- при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;
- при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс] : учебник / Киселев А. Г. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 431 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436719&sr=1.

2. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. : Юрайт, 2017. - 552 с. - <https://biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF>.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 336 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56211>
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М. : Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.

3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 324 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453044&sr=1.
4. Щепилова, Г. Г. Реклама [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 381 с. - <https://www.biblio-online.ru/book/5B5AE353-53DD-40E6-AEE5-60670F5234CE>.

5.3. Периодические издания

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru>
3. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ <https://rosmintrud.ru/opendata>
4. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>
5. База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН <http://www2.viniti.ru/>
6. Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных www.rusnano.com
Базы данных и аналитические публикации «Университетская информационная система РОССИЯ» <https://uisrussia.msu.ru/>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета и экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017

Лекционные занятия (Л).

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей. Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы.

Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям: – изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному; – логичность, четкость и ясность в изложении материала; – возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции; – опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные; – тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся; – научность и

информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств; – активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов; – разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их; – эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Лабораторные занятия (ЛЗ).

Лабораторные занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки. Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний в виде таблиц. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания. Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов). Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня. В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя, студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.
- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной

работы, предложенным преподавателем.

- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.
- выполнять самостоятельную работу и отчетываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

Студент может: сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;
- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;
- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;
- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;
- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов. Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Методические указания, рекомендации и требования по подготовке реферата.

Реферат (Р) – письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца), краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников

Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос - что содержится в данной публикации (публикациях). В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

К основным функциям реферата следует отнести: информативную

(ознакомительную); поисковую; справочную; сигнальную; индикативную; адресную коммуникативную. Степень выполнения этих функций зависит от содержательных и формальных качеств реферата, а также от того, кто и для каких целей их использует.

Требования к языку реферата: он должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.

Структура реферата:

Титульный лист. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература.

Общие требования к тексту. Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность - смысловую законченность текста.

План реферата. Изложение материала в тексте должно подчиняться определенному плану – мыслительной схеме, позволяющей контролировать порядок расположения частей текста.

Требования к введению. Введение – начальная часть текста. Оно имеет своей целью сориентировать читателя в дальнейшем изложении. Во введении аргументируется актуальность исследования, – т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками; перечисляются положения, которые должны быть обоснованы. Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных, уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения - в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся существа обсуждаемого вопроса. Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать, и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Установка на диалог позволит избежать не критического заимствования материала из чужих трудов - компиляции. Изложение материала основной части подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты.

Заключение – последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части. В

них должен подводиться итог проделанной работы.

Список использованной литературы. Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата. Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

- знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей;
- характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов);
- степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);
- качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов).

Использование литературных источников. Культура письменного изложения материала. Культура оформления материалов работы.

Объективность оценки предусматривает отражение как положительных, так и отрицательных сторон работы. Рецензент оценивает работу по традиционной 10-балльной шкале, могут быть отдельно оценены разные компоненты работы, однако завершается отзыв рецензента одной итоговой оценкой.

Изучение дисциплины «Теория и практика массовой информации» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практические занятия; лабораторные занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся: - прослушивание лекционного курса; - чтение и конспектирование рекомендованной литературы; - проведение практических занятий; - проведение лабораторных занятий.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при

необходимости)

8.1 Перечень информационных технологий

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения

1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионныйдоговор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионныйдоговор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

8.3. Перечень информационных справочных систем

1. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань» Договор № 99 от 30 ноября 2017 г.

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г.

3. ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru> ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г.

4. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru> ООО «КноРус медиа» Договор № 61/223-ФЗ от 09 января 2018 г.

5. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г.

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд.: 402)
2.	Семинарские занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402)
3.	Лабораторные занятия	Аудитория для лабораторных занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектов, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402, 410, 412)
4.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)

5.	Курсовое проектирование (выполнение курсовых работ)	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 301, 307, 310, 401, 410, 412)
6.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
7.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)