

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной и  
методической работе

/Шубаева В.Г./

«20» июня 2018 г.

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Реклама и связи с общественностью в бизнесе
Уровень образования	высшего бакалавриат
Форма обучения	очная

Составители:

  


/ д.филол. н., профессор Кривоносов А.Д.

/ ст. преподаватель Гончаренко М.В.

Санкт-Петербург  
2018

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ .....	5
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА .....	8
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	9
7.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
7.2. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ .....	10
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	10
9. РЕСУРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	11
9.1. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
9.2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА.....	12
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....	13
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	13

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель дисциплины:** сформировать системное представление о: ключевых теоретических концепциях и практических реалиях деятельности масс-медиа в современном конвергентном информационном пространстве, теоретических и практических аспектах взаимодействия специалистов медиасферы и по связям с общественностью, рекламе, особенностях деятельности масс-медиа как сферы творчества и менеджмента.

### **Задачи:**

- предложить современную адекватную методологию изучения дисциплины в условиях дигитализации и глобализации медиадискурса;
- обозначить концептуальные направления изучения всех заявленных тем в перспективе их конвергентного развития;
- обозначить различие в исторических векторах развития зарубежных и отечественных медиасистем и возможности их взаимосвязей, взаимодействия;
- предложить современное понимание теоретических парадигм конвергентной медиакommunikации как коммуникации нового типа и возможностей ее использования;
- сформировать совокупность навыков анализа теоретического и эмпирического материала для дальнейшего применения в теоретической и практической деятельности;
- выявить общее и специфическое в теории и практике коммуникативной деятельности специалиста медиа и по связям с общественностью, рекламе и параметры их эффективного взаимодействия;
- ознакомить с современными концепциями и реалиями креативной и менеджерской работы в сфере масс-медиа;
- развить способности творческого использования полученных знаний в деятельности как в сфере медиа, так и СО и рекламы.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.Б " Теория и практика массовой информации " относится к базовой части Блока 1 и является обязательной для освоения обучающимся вне зависимости от направленности (профиля) программы.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
ОПК-1 Способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с	Второй уровень (углубленный) (ОПК-1) –2	Декомпозиция II Знать: специфику профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций 32 (II) (ОПК-1) Уметь: уметь использовать СМК в целях решения профессиональных задач в области рекламы и PR У2 (II) (ОПК-1) Владеть: навыками организации плодотворного

общественностью в различных структурах		сотрудничества со СМИ В2 (II) (ОПК-1)
ОПК-3 Обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	Второй уровень (углубленный) (ОПК-3) –2	Декомпозиция III Знать: основные жанровые особенности текстов СМИ 32 (III) (ОПК-3) Уметь: создавать журналистские тексты различных жанров У2 (III) (ОПК-3) Владеть: навыками анализа текстов СМИ различных жанров В2 (III) (ОПК-3)
ОПК-5 Умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Второй уровень (углубленный) (ОПК-5) –2	Декомпозиция II Знать: возможности использования СМИ для проведения коммуникационных кампаний 32 (II) (ОПК-5) Уметь: взаимодействовать со СМИ для решения текущих задач при проведении коммуникационных кампаний У2 (II) (ОПК-5) Владеть: навыками взаимодействия с журналистами В2 (II) (ОПК-5)

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 12 зачетных единиц, 432 часов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен-4, 5 семестры, зачет-3 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование разделов и тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5
Тема 1. 1. Массовая информация как предмет изучения в XXI веке	4	5		14
Тема 1. 2. Средства массовой информации в современном обществе	3	4		12
Тема 1. 3. Массмедиа как система	3	5		14
Тема 1. 4. Технологические модели масс медиа: печатные СМИ, РВ, ТВ	3	5		12
Тема 1. 5. Деловые СМИ	3	4		12
Тема 1. 6. Корпоративные СМИ	3	4		12
Тема 1. 7. Интернет как канал, среда, средство коммуникации	3	5		14
<b>Всего за 3-й семестр:</b>	<b>22</b>	<b>32</b>		<b>90</b>
Тема 2.1. Глобальные и национальные модели медиакоммуникации	3	4		12
Тема 2.2. Аудитория: теоретические и исследовательские парадигмы	3	4		12
Тема 2.3. Редакция СМИ: внутренние и внешние коммуникации и вызовы	3	4		10
Тема 2.4. Журналист в цепочке производства новостей/контента	2	4		10
Тема 2.5. Медиа как индустрия интерактивных развлечений	2	4		10

Тема 2.6. Редакция СМИ как творческий коллектив	3	4		12
Тема 2.7. Полиграфический облик газеты	3	4		12
Тема 2.8. Текст – основа газетного дизайна.	3	4		12
<b>Всего за 4-й семестр:</b>	<b>22</b>	<b>32</b>		<b>90</b>
Тема 3. 1. Система журналистских жанров	4	10		16
Тема 3. 2. Новостная журналистика и СМК	4	9		12
Тема 3.3. Методики сбора информации. Этапы создания журналистского текста	4	9		12
Тема 3.4. Аналитические жанры. Художественно - публицистические жанры	6	10		16
Тема 3.5. Система права СМИ в России. Информационная безопасность и практика СМИ	6	10		16
<b>Всего за 5-й семестр:</b>	<b>24</b>	<b>48</b>		<b>72</b>
<b>Всего по дисциплине:</b>	<b>68</b>	<b>112</b>		<b>252</b>

\*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

## 5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

### РАЗДЕЛ 1. Роль и значение массовой информации и коммуникации в современном дискурсе

#### Тема 1.1. Массовая информация как предмет изучения в XXI веке

Информация и коммуникация как научные понятия. Роль и значение массовой информации и коммуникации в современном дискурсе. Эволюция коммуникационных технологий. Информационная цивилизация.

Развитие технических средств как предпосылка изменений социальной коммуникации. Массовая коммуникация и массмедиа. Печать, радиовещание, телевидение: коммуникационные характеристики и особенности. Усиление роли технических средств в социальной коммуникации

Эволюция сетевых виртуальных каналов коммуникации. Новейшие коммуникативные технологии и формы коммуникативных практик

#### Тема 1.2. Средства массовой информации в современном обществе

Государственная политика в области СМИ. Закон о СМИ. Медиа как сдвоенный рынок информации и услуг. Журналистика как базовая сфера профессиональной медиатекальности. Социально-мировоззренческая позиция журналиста.

Тенденции развития медиа. Медиатизация. Новые и сверхновые медиа. Медиа и мобильное общество. Медиа и новые технологии. Масс медиа, гражданское общество и публичная сфера. Концепции информационной эпохи. Общественные медиа как альтернатива.

Конвергенция каналов медиа. Конвергенция журналистики, рекламы, связей с общественностью. Конвергенция контентная и технологическая. Глобальные и национальные практики и теории.

#### Тема 1.3. Массмедиа как система

СМИ как система: социальная, культурная, экономическая, технологическая сферы. Элементы и взаимосвязи. Развитие журналистики в XX веке. Массовые издания США и Европы. Монополизация прессы. Современные системы масс медиа зарубежных стран.

Российская пресса начала XX века (до 1917 года).

Советская модель журналистики. Периодизация. Особенности типологии. Творческие школы советской журналистики («Правда», «Известия», «Комсомольская правда», Литературная газета», «Собеседник»). Масс медиа периода перестройки. Пресса России новейшего периода (с 1990-х гг). Журналист: манипулятор или медиатор? Объект отражения и объект воздействия. Аудитория как объект и субъект

медиакоммуникации. Контент: новые принципы создания, трансляции, потребления. Экономика и структура медиасистемы. Экономические особенности СМИ РФ.

#### **Тема 1.4. Технологические модели масс медиа: печатные СМИ, РВ, ТВ**

Типология современных печатных медиа. Общероссийская, региональная, местная пресса. Журналы: типология и «ниши». Специализированные, профилированные, сервисные, рекреационные издания. Деловая пресса. Корпоративная журналистика. Качественная и «желтая». «Глянцевая журналистика». Рекламные издания.

Информационные агентства как СМИ особого типа. Типология информагентств: национальные, специализированные, региональные, сетевые. Глобальные агентства. Потребители агентской информации: профессионалы и массовая аудитория. Специфика информационных продуктов.

Визуальная журналистика. Фотожурналистика в системе СМК. Документальная и художественная фотография в печатных медиа. Фотожанры.

Радиовещание в системе СМИ. Особенности радио как средства массовой информации. Жанры радиожурналистики. Российские радиохолдинги в XXI веке.

Телевидение в системе масс медиа. Актуальные функции ТВ. Приоритет рекреационной функции. Журналистские профессии на ТВ. Жанры ТВ. Кабельное ТВ. Спутниковое ТВ. Интернет-ТВ. Мобильное ТВ. Интерактивное ТВ. Телеландшафт современной России.

#### **Тема 1.5. Деловые СМИ**

Понятие делового издания. Деловые медиа как институциональное образование и сегмент медиарынка. История становления и развития зарубежных и отечественных деловых медиа.

Характеристики, особенности, тенденции развития деловых медиа. Функции деловых медиа. Участие бизнеса в развитии деловых медиа и журналистики.

Типология деловых изданий. Национальные, региональные, отраслевые, локальные деловые издания. Деловая информация. Источники деловой информации. Деловая журналистика в печатных медиа, РВ, ТВ, интернете, мобильном доступе. Жанры деловой журналистики.

#### **Тема 1.6. Корпоративные СМИ**

Понятие корпоративного медиа. Особенности функционирования корпоративного медиа. Типология корпоративных медиа. Издания корпоративной журналистики для внутренней, внешней, смешанной аудитории.

Понятие корпоративной журналистики. Цели, задачи, функции корпоративной журналистики. Свобода слова в корпоративном медиа.

#### **Тема 1.7. Интернет как канал, среда, средство коммуникации**

Коммуникационные характеристики Интернета. Интернет как канал, среда, средство коммуникации. Структура медиаресурсов интернета.

Интернет-радиовещание. Интернет-телевидение. Развитие интерактивных форматов.

### **РАЗДЕЛ 2. Журналист, PR- специалист, аудитория как субъекты медиакоммуникации**

#### **Тема 2.1. Глобальные и национальные модели медиакоммуникации**

Журналистика в XXI веке: особенности глобальной, транснациональной, национальной инфраструктуры. Инфотеймент. Политеймент. Медиа как индустрия интерактивных развлечений. Журналистика «сиюминутности».

Типология угроз современного общества. Инфомания. Потеря идентичности.

#### **Тема 2. 2. Аудитория: теоретические и исследовательские парадигмы**

Концепция понятия «аудитория». Массовая аудитория. Базовые характеристики исследования аудитории. Аудитория как группа. Аудитория как массовый рынок. Оценка

типов поведения аудитории. Типы аудитории. Ранжирование аудитории по типу медиа, каналу, контенту.

### **Тема 2.3. Редакция СМИ: внутренние и внешние коммуникации и вызовы**

Взаимодействие с группами влияния, собственниками, клиентами/заказчиками рекламы, специалистами СО. Коммуникация с аудиторией. Ролевые и гендерные проблемы в современной редакции. Законодательство в сфере СМИ. Авторское право. Проблемы реализации прав журналиста (доступ к информации, работа с источниками информации, скрытая реклама, компромат, расследования, судебные разбирательства)

### **Тема 2.4. Журналист в цепочке производства новостей/контента**

Формирование личности журналиста. Мировоззренческая социально-политическая позиция журналиста. Личностные характеристики и возможности, знания и опыт. Система теоретических знаний и практических навыков. Значение эмпатии.

Принципы журналистской деятельности и позиция журналиста. Свобода и ответственность. Обеспечение информационного порядка, политического, социального, культурного баланса в публичном пространстве.

### **Тема 2.5. Медиа как индустрия интерактивных развлечений**

Новый субъект журналистской деятельности: аудитория. Гражданская журналистика, особенности формирования повестки дня, информационных потоков, взаимодействия с профессионалами. Действенность и эффективность журналистики, пути их повышения. Результативность как мера реализации цели.

### **Тема 2.6. Редакция СМИ как творческий коллектив**

Цели редакции и мотивация журналиста. Профессиональные качества журналиста, редактора, менеджера. Стандартизация процессов и творческая индивидуальность. Роль и позиция журналиста в деятельности редакции. Генеральный директор. Главный редактор. Отделы редакции. Специализация в журналистике.

### **Тема 2.7. Полиграфический облик газеты**

Полиграфический облик газеты. Анонсы, размещение рекламных блоков. Фотоиллюстрации – репортажные, постановочные, очерковые снимки. Фирменный стиль оформления телеканала, заставки. Дизайн интернет-СМИ.

### **Тема 2.8. Текст – основа газетного дизайна**

Текст – основа газетного дизайна. Открытие номера. «Гвоздь» номера. Структура верстки полосы – «чердак», «подвал», шпигель. Жанровое разнообразие на оперативных и тематических полосах

## **РАЗДЕЛ 3. Специфика жанров в текстах периодической печати**

### **Тема 3.1. Система журналистских жанров.**

Макет, верстка и печать газеты. Кто делает газету? Секретариат. Планирование работы редакции. Подготовка материалов. От рукописи – к оригиналу. От оригиналов к макету. Макет. Корректурa. Дизайн полиграфических изданий. Оформление и содержание. Заголовок – главный стилиобразующий элемент оформления. Иллюстрация и газетная композиция. Отечественная и зарубежная школы газетного оформления. Основные технологические схемы выпуска газетно-журнальной продукции.

### **Тема 3. 2. Новостная журналистика и СМК**

Система журналистских жанров. Жанры новостной журналистики. Краткая и расширенная информация, хроника, подборка новостей, отчет, информационное интервью, репортаж. Понятие факта. Событие. Новость.

### **Тема 3.3. Методика сбора информации. Этапы создания журналистского текста**

Документ и его виды. Общие схемы работы с информацией. Журналистское расследование. Источники журналистской информации. Слухи как источник. Система проверки информации, ответственность за распространение недостоверной информации –

редакции и журналиста.

Отражение действительности в тексте. Понятие текста. Свойства и функции журналистского текста. Интертекстуальность. Подтекст, претекст и «эзопов» язык. Тезаурус. Стадии создания журналистского произведения.

#### **Тема 3.4. Аналитические жанры. Художественно- публицистические жанры**

Статья и ее виды, корреспонденция, отчет, комментарий, интервью с экспертом, аналитический отчет. Рецензия, обозрение, эссе, фельетон, виды очерка, портретное интервью. Новые жанры СМИ.

#### **Тема 3.5. Система права СМИ в России. Информационная безопасность и практика СМИ**

Профессионально-этические правила и нормы. Законодательство в сфере журналистики. Правовая культура журналиста. Право на информацию и журналистика. Система права СМИ в России. Информационная безопасность и практика СМИ. Методика действий журналиста в правовом поле. Этика журналиста. Профессионально-этические правила и нормы Профессиональная мораль как модификация общественной нравственности. Цензура. Регистрационный принцип. Право собственности. Право на ответ и (или) опровержение. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации». Порядок взаимоотношений СМИ с судами и правоохранительными органами. Европейский суд по правам человека. Фонд защиты гласности. Комиссия Союза журналистов по этике. Законы «Об участии в международном информационном обмене». «О государственной тайне», «Об информации, информатизации и защите информации». Закон «Об авторском праве и смежных правах».

## **6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА**

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия/ Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия/ Оценочное средство
1	2	3
<b>РАЗДЕЛ 1.</b>		
Тема 1. 1.	Массмедиа как система, ее основные составляющие.	СЗ: дискуссия
Тема 1. 2.	Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке.	СЗ: дискуссия
Тема 1. 3.	Современные СМИ России	СЗ: дискуссия
Тема 1. 4.	Типологические группы современных СМИ	СЗ: дискуссия КТ№1
Тема 1. 5.	Деловая пресса.	СЗ: дискуссия
Тема 1. 6.	Корпоративные медиа	ПЗ: индивидуальное задание КТ№2
Тема 1. 7.	Возможности Интернета и его перспективы	ПЗ: индивидуальное задание
<b>РАЗДЕЛ 2.</b>		
Тема 2.1.	Журналистика как средство информации. Социальное функционирование журналистики	ПЗ: деловая игра
Тема 2.2.	Журналист и его аудитория. Образ аудитории в сознании PR-мена и журналиста референтных групп	СЗ: дискуссия
Тема 2.3.	Правовые и этические нормы в работе журналиста	ПЗ: деловая игра СЗ: дискуссия КТ№1
Тема 2.4.	Факты в работе журналиста. Факты и мнения.	ПЗ: деловая игра, индивидуальное задание
Тема 2.5.	Законы и кодексы журналистики. Принципы журналистик	ПЗ: доклады



Тема 2.6.	Структура и функции редакции	ПЗ: доклады КТ№2
Тема 2.7.	Полиграфическая техника и полиграфические процессы	СЗ: дискуссия
Тема 2.8.	Журналистский текст: технология творчества журналиста	СЗ: дискуссия
<b>РАЗДЕЛ 3.</b>		
Тема 3. 1.	Особенности журналистских жанров. Технология творческого создания текстов. Функционально-смысловые типы текстов	СЗ: дискуссия
Тема 3. 2.	Жанры журналистики	СЗ: дискуссия КТ№1
Тема 3.3.	Методы сбора информации в журналистике	ПЗ: индивидуальное задание
Тема 3.4.	Статья как жанр PR-текста. Этапы подготовки и структура статьи.	СЗ: дискуссия
Тема 3.5.	Профессиональная этика. Законодательство в сфере журналистики	ПЗ: индивидуальное задание КТ№2

\*ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

## **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

### **7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины**

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

## 7.2 Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
Раздел 1,2,3	Подготовка к аудиторным занятиям.
Раздел 1,2,3	Подготовка ко всем видам промежуточной аттестации.
1.4	Подготовка к контрольной точке №1 – Дискуссия
1.6	Подготовка к контрольной точке №2 – Индивидуальное задание
2.3	Подготовка к контрольной точке №1 – Дискуссия
2.6	Подготовка к контрольной точке №2 – Доклад
3.2	Подготовка к контрольной точке №1 – Дискуссия
3.5	Подготовка к контрольной точке №1 – Индивидуальное задание
Раздел 1	Подготовка к зачету.
Раздел 2,3	Подготовка к экзамену.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

## 8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Теория и практика массовой информации» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Дискуссия (1.1.; 1.2; 1.3.;1.5; 2.3; 2.7; 2.8; 3.1; 3.2; 3.3; 3.4)
- Деловая игра (2.1; 2.2; 2.4; 2.5;)
- Индивидуальное задание (1.6; 3.5)
- Доклады (2.6)

В процессе изучения дисциплины используются следующие активные методы обучения

**Деловые игры.** Деловая игра - имитационное моделирование процессов управления социально-экономическими системами и профессиональной деятельностью людей в условных ситуациях с целью изучения и решения возникших проблем. Учебные деловые игры применяются с целью дать практику принятия решений в условиях, приближенных к реальным. Обязательными признаками деловой игры являются:

- наличие проблемы управления социально-экономической или социально-психологической системой;
- наличие общих целей всего игрового коллектива;
- наличие различных ролей и в соответствии с ними различие интересов(конфликт)
- участников, назначенных выполнять эти роли;
- невозможность полной формализации системы, наличие неопределенности в обстановке, учет вероятностного характера многих факторов и, исходя из этого,

- наличие игровой имитационной модели рассматриваемого процесса;
- наличие реального или условного фактора времени;
- динамичность изменения обстановки и наличие обратной связи, зависящей от решений участников игры в предыдущие моменты времени и влияющей на изменение обстановки в последующие, то есть наличие «цепочки решений»;
- наличие системы оценки результатов игровой деятельности;
- наличие системы мотивации участников, дающей объективную оценку личного вклада каждого участника игры в достижение общей цели, общего результата деятельности игрового коллектива;
- многоальтернативность решений;
- обязательное минимально необходимое и достаточное документальное обеспечение деловой игры;
- наличие управляемого эмоционального напряжения.
- В оценке результатов игры преобладает фактор качества принятых решений

**Дискуссия** – это метод обсуждения и разрешения спорных вопросов. В настоящее время она является одной из важнейших форм образовательной деятельности, стимулирующей инициативность учащихся, развитие рефлексивного мышления. В отличие от обсуждения как обмена мнениями, дискуссией называют обсуждение-спор, столкновение точек зрения, позиций и т.д. Но ошибочно считать, что дискуссия – это целеустремленное, эмоциональное, заведомо пристрастное отстаивание уже имеющейся, сформированной и неизменной позиции. Дискуссия – равноправное обсуждение дел, планируемых в рамках учебного процесса и проблем самого различного характера. Она возникает, когда перед людьми стоит вопрос, на который нет единого ответа. В ходе ее люди формулируют новый, более удовлетворяющий все стороны ответ на стоящий вопрос. Результатом ее может быть общее соглашение, лучшее понимание, новый взгляд на проблему, совместное решение

В процессе изучения дисциплины используются следующие активные методы обучения:

**Доклад** - выступление, содержащее научную информацию. Оптимальное время доклада — 5-10 минут. Докладчик коротко излагает историю вопроса и информирует слушателей о том, какой материал был использован при подготовке доклада. Основная часть доклада содержит рассуждения автора, касающиеся избранной проблемы, изложение собственной точки зрения, которую докладчик обосновывает, используя различные способы доказательств: приводит аналогичные примеры, цитирует высказывания видных ученых, общественных деятелей, ставит вопросы, использует примеры из жизненного опыта слушателей. В заключительной части обобщается сказанное, формулируются выводы и предложения

**Индивидуальное задание** - его цель - самостоятельное решение конкретно поставленной задачи. Индивидуальное задание способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, полученных обучающимися за время обучения, и применение этих знаний к комплексному решению конкретных задач. Защита индивидуального задания является особой формой проверки выполнения задания.

## 9. РЕСУРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/ дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы

Теория и практика массмедиа : учебное пособие / М.Р.Абдуллина, М.В.Гончаренко, Е.Ю.Кармалова, А.Д.Кривоносов ; под ред. А.Д. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2019 .— 52 с. — Сведения доступны также по Интернету: <a href="http://oras.unicon.ru">oras.unicon.ru</a> .	основная	35	<a href="http://ЭБ ОРАС.UNECON.RU">ЭБ ОРАС.UNECON.RU</a>
Коммуникационные технологии XXI века: коллективная монография: - К десятилетию кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью СПбГЭУ: коллект. монография. – СПб.: СПбГЭУ, 2019. — 147 с. — Сведения доступны также по Интернету: <a href="http://oras.unicon.ru">oras.unicon.ru</a> .	основная	5	<a href="http://ЭБ ОРАС.UNECON.RU">ЭБ ОРАС.UNECON.RU</a>
Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации: Общество - СМИ - власть : Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" : ВО - Бакалавриат / Российский университет дружбы народов .— 1 .— Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017 .— 431 с. — ВО - Бакалавриат .— ISBN 9785238017426 .—	дополнительная	-	<a href="http://ЭБС ZNANIUM">ЭБС ZNANIUM</a>
Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Электронный ресурс] : Учебник для вузов / Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Юрайт, 2019 .— 570 с.	дополнительная	-	<a href="http://ЭБС Юрайт">ЭБС Юрайт</a>

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – <a href="http://www.grebennikon.ru">www.grebennikon.ru</a>
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>
3	Научная электронная библиотека КиберЛенинка – <a href="http://www.cyberleninka.ru">www.cyberleninka.ru</a>
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – <a href="http://www.polpred.com">www.polpred.com</a>
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – <a href="http://www.oecd-ilibrary.org">www.oecd-ilibrary.org</a>

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> )
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a> )
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.kodeks.ru">www.kodeks.ru</a> )
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - <a href="http://www.book.ru">www.book.ru</a>
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – <a href="http://www.urait.ru">www.urait.ru</a>
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – <a href="http://www.znanium.com">www.znanium.com</a>
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– <a href="http://oras.unicon.ru">oras.unicon.ru</a>

## 9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

№ п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

## **10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

## **11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).