

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.11** Теория и практика массмедиа

Учебный план: ФГОС 3++\_2020-2021\_42.03.01\_ИБК\_ЗАО\_МКСКИ - проект.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:  
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Маркетинговые коммуникации в сфере культуры и искусств  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
1	УП	4	8	123	9	4	Экзамен
	РПД	4	8	123	9	4	
Итого	УП	4	8	123	9	4	
	РПД	4	8	123	9	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат культурологии, Доцент

\_\_\_\_\_

Суховский Андрей  
Владимирович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Вильчинская-  
Бутенко Марина  
Эдуардовна

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** сформировать понимание основных принципов работы с информацией для массовой аудитории с помощью каналов массовой коммуникации.

**1.2 Задачи дисциплины:**

- дать представление о современных теориях массмедиа, о системе СМИ, о подходах к изучению СМИ;
- дать представление о профессии журналиста, правовых и этических аспектах работы в СМИ;
- дать представление о системе жанров СМИ, об основных характеристиках медиапродукта и массовой аудитории;
- познакомить основами медиаэкономики, медиапроизводства и медиапродвижения.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- История рекламы и связей с общественностью
- Информационно-коммуникационные технологии
- Деловые коммуникации в профессиональной деятельности
- Русский язык и культура речи
- Введение в коммуникационные специальности

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования**

**Знать:** теоретические модели массмедиа в политических, экономических, правовых и этических концепциях; принципы построения и функционирования современных медиакоммуникационных систем.

**Уметь:** организовывать взаимодействие СМИ с иными коммуникационными системами с учетом экономических, политических, правовых и этических факторов их деятельности.

**Владеть:** навыками профессиональной деятельности в медиасфере, исходя из принципов ее функционирования как медиакоммуникационной системы.

**ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах**

**Знать:** основные теории массмедиа, основы современных медийных практик, специфику взаимодействия СМИ с государством и обществом.

**Уметь:** применять теоретические модели массмедиа к решению конкретных задач в социальной и государственной сферах.

**Владеть:** навыками аналитической работы при изучении социальных и государственных институтов; методами теоретических исследований в сфере массмедиа.

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. История становления массмедиа	1				
Тема 1. Особенности и основные этапы развития СМИ. Практическое занятие: анализ новостной повестки в советских газетах за определенный год.		1	1	18	ИЛ
Тема 2. Журналистика как сфера общественно-политической деятельности и вид творчества. Практическое занятие: анализ новостной повестки федеральных каналов за определенную неделю.		1	1	16	НИ
Раздел 2. Традиционные и новые медиа					
Тема 3. Функции СМИ. Практическое занятие: анализ новостной повестки политического влога.		0,5	1	21	ИЛ
Тема 4. Массмедиа как часть экономической и политической системы. Практическое занятие: компаративистский анализ трактовки события в новостях разных стран.		0,5	1	22	НИ
Раздел 3. Профессионально-этическая специфика деятельности массмедиа					
Тема 5. Правовые и этические нормы в журналистике. Практическое занятие: создание собственного влога.		1	2	22	ИЛ
Тема 6. Теория свободной прессы и ее социальной ответственности. Практическое занятие: создание собственного блога.			2	24	НИ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	8	123	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)			2,5	6,5	
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>			14,5	129,5	

### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

#### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ОПК-2	описывает основные теории массмедиа, основы современных медийных практик, специфику взаимодействия СМИ с государством и обществом. применяет теоретические модели массмедиа к решению конкретных задач в социальной и государственной сферах.	Вопросы для устного собеседования, тесты, практико-ориентированные задания.

	проводит аналитические работы при изучении социальных и государственных институтов с использованием методов теоретических исследований в сфере массмедиа.	
ОПК-5	<p>характеризует теоретические модели массмедиа в политических, экономических, правовых и этических концепциях; принципы построения и функционирования современных медиакоммуникационных систем.</p> <p>корректно организует взаимодействие СМИ с иными коммуникационными системами с учетом экономических, политических, правовых и этических факторов их деятельности.</p> <p>способен к профессиональной деятельности в медиасфере, исходя из принципов ее функционирования как медиакоммуникационной системы.</p>	Вопросы для устного собеседования, тесты, практико-ориентированные задания.

### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	Не предусмотрена.
4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.	Не предусмотрена.
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам.	Не предусмотрена.
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Также к неудовлетворительной оценке ведёт попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	Не предусмотрена.

## 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 1	
1	Массовая информация: понятие и специфика.
2	Массовые коммуникации: понятие и специфика.
3	Исторические типы СМИ.

4	СМИ в истории России (XVIII-XXI) вв.
5	СМИ зарубежных стран (XVIII-XXI) вв.
6	СМИ как социальный институт.
7	Политическая деятельность в журналистике.
8	Журналистика как четвёртая власть.
9	Глобализация информационных процессов
10	Информационные жанры журналистики.
11	Аналитические жанры журналистики.
12	Художественно-публицистические жанры журналистики.
13	Журналистские реплика и комментарий.
14	Специфика и формы репортажа.
15	Жанровая специфика СМИ.
16	Законодательное регулирование работы массмедиа.
17	Влияние рыночной экономики на развитие рынка СМИ.
18	Концентрация и монополизация рынка СМИ.
19	Проблемы акционирования СМИ.
20	Виды и организационно-правовые формы собственности в СМИ.
21	Рыночные реформы и перемены в типологии СМИ.
22	Специфика информации как товара.
23	Профессиональная этика журналиста.
24	Корпоративная этика журналиста.
25	Нравственные принципы и нравственные нормы в журналистике.
26	Цензура в журналистской деятельности.
27	СМИ и реклама.
28	Свобода слова и социальная ответственность журналиста.
29	Объективность информации и пропаганда.
30	Особенности журналистского сообщества.

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Какой жанр PR-текста представляет событийную информацию о деятельности субъекта PR?

- A. Пресс-релиз
- B. Бэкграундер
- C. Новостное письмо
- D. Комментарий

Какие из представленных жанров относятся к комбинированному PR-тексту?

- A. Новостное письмо
- B. Заявление для СМИ
- C. Биография
- D. Факт-лист

Что из перечисленного не является справочной информацией?

- A. Энциклопедии
- B. Базы данных
- C. Дорожные карты
- D. Слухи

Как называется создание текстов для устных выступлений?

- A. Мониторинг
- B. Спичрайтинг
- C. Спелчекинг
- D. Майндмэппинг

Как называется документ, в котором в краткой форме отражены: профиль организации, ее руководители, факты-подробности новостного события, участники события?

- A. Биография
- B. Библиография
- C. Факт-лист
- D. Бэкграундер

Что из перечисленного ниже не является деловыми СМИ?

- A. Газета «Труд»
- B. «Деловой Петербург»

- C. «Эксперт»
- D. Радио «Бизнес-FM»

Какое из перечисленных СМИ существует только в среде Интернет?

- A. «Комсомольская правда»
- B. «Эхо Москвы»
- C. «Дождь»
- D. Газета «Метро»

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Особенности и основные этапы развития СМИ.

Практическое задание: анализ новостной повестки в советских газетах за определенный год.

- Проследить какие темы были преобладающими.
- Проследить стилистику подачи новостей, акценты.
- Выявить фигуры умолчания.

Журналистика как сфера общественно-политической деятельности и вид творчества.

Практическое задание: анализ новостной повестки федеральных каналов за определенную неделю.

- Проследить какие новости преобладали.
- Выявить основные риторические фигуры.
- Проследить используемые тропы и метафоры.

Функции СМИ.

Практическое задание: анализ новостной повестки политического влога.

- Проанализировать тематику.
- Выявить риторические приемы.
- Выявить фигуры умолчания.

Массмедиа как часть экономической и политической системы.

Практическое задание: компаративистский анализ трактовки события в новостях разных стран.

- Проанализировать акцентировки в подаче новости.
- Проанализировать риторические приемы.

Правовые и этические нормы в журналистике.

Практическое задание: создание собственного влога.

Возможные темы: влог посвященный моде, полезным советам, обзору известных брендов.

Теория свободной прессы и ее социальной ответственности.

Практическое задание: создание собственного блога.

Возможные темы: влог посвященный моде, полезным советам, обзору известных брендов.

## 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

В течении семестра выполняются контрольные работы. Время на подготовку ответа - полчаса. Исключено использование каких-либо материалов при подготовке к ответу.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Цвик, В. Л.	Телевизионная журналистика	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/81688.html">http://www.iprbookshop.ru/81688.html</a>
Шпаковский В. О., Розенберг Н. В., Егорова Е. С.	Интернет-журналистика и интернет-реклама	Москва: Инфра-Инженерия	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/78258.html">http://www.iprbookshop.ru/78258.html</a>

Бобров, А. А.	Журналистика в социально-культурной сфере. Обществу и человеку	Саратов: Вузовское образование	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/76792.html">http://www.iprbookshop.ru/76792.html</a>
Зорин, К. А.	Журналистское мастерство. Новостная журналистика	Красноярск: Сибирский федеральный университет	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/84345.html">http://www.iprbookshop.ru/84345.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Қабылғазы, К.	Радиожурналистика	Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби	2014	<a href="http://www.iprbookshop.ru/57583.html">http://www.iprbookshop.ru/57583.html</a>
Барлыбаева, С. Х.	Телевизионная журналистика	Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби	2011	<a href="http://www.iprbookshop.ru/58465.html">http://www.iprbookshop.ru/58465.html</a>
Хорошилова О. А.	Журналистика в области моды	СПб.: СПбГУПТД	2015	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2939">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2939</a>
Жирков, Г. В., Корконосенко, С. Г., Бодрунова, С. С., Сидоров, В. А., Корконосенко, С. Г., Сидоров, В. А.	Журналистика. Общество. Ценности	Санкт-Петербург: Петрополис	2012	<a href="http://www.iprbookshop.ru/20315.html">http://www.iprbookshop.ru/20315.html</a>
Нургожина, Ш. И.	Аналитическая журналистика	Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби	2012	<a href="http://www.iprbookshop.ru/61148.html">http://www.iprbookshop.ru/61148.html</a>
Доброзракова, Г. А.	Журналистика в системе массовой коммуникации	Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71829.html">http://www.iprbookshop.ru/71829.html</a>

## 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru>

Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>

Сайт профессионального PR-портала «Советник.ру». URL: <http://sovetnik.ru>

Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>

Интегрированный информационный ресурс электронной научной библиотеки «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>

## 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

## 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска