

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.02 История развития медиаиндустрии

Учебный план: 2024-2025 09.03.02 ВШПМ ИТ в медиаинд ОЗО №1-2-20.plx

Кафедра: **38** Рекламы

Направление подготовки:
(специальность) 09.03.02 Информационные системы и технологии

Профиль подготовки: Информационные технологии в медиаиндустрии
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающих	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции				
1	УП	17	54,75	0,25	2	Зачет
	РПД	17	54,75	0,25	2	
Итого	УП	17	54,75	0,25	2	
	РПД	17	54,75	0,25	2	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии, утвержденным приказом Минобрнауки России от 19.09.2017 г. № 926

Составитель (и):

доктор философских наук, Профессор

Смирнов А. В.

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы

Смирнов Алексей
Викторович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Горина
Владимировна

Елена

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области передового отечественного и зарубежного опыта медиаиндустрии при решении профессиональных задач

1.2 Задачи дисциплины:

- рассмотреть историю развития различных форм, видов и направлений медиаиндустрии в контексте развития индустриального и постиндустриального общества;
- ознакомить с передовым отечественным и зарубежным опытом создания медиапродукта;
- рассмотреть возможности и принципы использования мирового опыта медиаиндустрии для решения профессиональных задач и ознакомить со способами оценки успешного решения указанных задач

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

- Компьютерная графика
- Введение в медиадизайн

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен осуществлять проектирование информационных ресурсов в сфере медиаиндустрии
Знать: передовой отечественный и зарубежный опыт производства кино-, теле-, видеофильмов и телевизионных программ; историю кино и телевидения (творческий и технический аспекты)
Уметь: использовать передовой отечественный и зарубежный опыт для обеспечения работы звуко- и видеорежиссера.
Владеть: навыками использования передового отечественного и зарубежного опыта в области медиаиндустрии при решении профессиональных задач.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа	СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)			
Раздел 1. Введение в историю медиаиндустрии	1				Д
Тема 1. Основные термины и понятия. Понятие о коммуникации и массовой коммуникации. Масс-медиа как инструмент массовой коммуникации. Медиа и общество. Понятие о медиаиндустрии.		1	4		
Тема 2. Развитие медиа. Книга как прото-медиа и как форма распространения массового знания. История полиграфической индустрии и индустрии книгоиздания. Газеты как первые масс-медиа. Медиа как инструмент политической активности. Исторические формы регулирования медиа (политические, экономические и проч.).		2	7	ИЛ	
Раздел 2. Предпосылки появления медиаиндустрии и ее формирование					
Тема 3. Медиа промышленной эпохи. Технические предпосылки появления медиа промышленной эпохи. История отдельных видов медиа (газеты, радио, фотография, кино, звукозапись). Индустриализация и промышленная революция. Экономические аспекты медиаиндустрии XIX века. Медиа как инструмент формирования общественного мнения.		4	12		Д

Тема 4. Формирование медиаиндустрии. Досуг как индустрия. Индустрия развлечений и массовая культура. Медиа как досуг. Медиаиндустрия и современное потребление (консьюмеризм). Медиаперсоны. Медиаиндустрия и политика.	4	9	ИЛ	
Раздел 3. Современная медиаиндустрия				
Тема 5. Медиа в эпоху НТР Электронные медиа. Конвергенция медиаиндустрии и массовой культуры. Медиа как инструмент построения реальности. Селебрити как инструмент продвижения образа жизни. Саморегулирование медиа.	4	12		Д
Тема 6. Медиа в информационном обществе. Интернет и его влияние на развитие медиа. Конвергентные медиа. Индустрия «новых медиа». Пост-реальность и пост-правда. Понятие о виртуальной реальности. Медиа как инструмент имитации присутствия.	2	10,75	ИЛ	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	17	54,75		

Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине	17,25	54,75		

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
ПК-1	- характеризует основные этапы развития технологий производства кино-, теле-, видеофильмов и телевизионных программ; - характеризует основные жанры кинематографа и телевидения, а также классические примеры их реализации - определяет ориентировочную дату, жанр и страну создания медиапродукта, а также технологии, примененные при его производстве и распространении - оценивает технический и творческий уровень современных медиапродуктов на основе их соотнесения с лучшими мировыми и отечественными образцами	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ, демонстрирующий понимание специфики дисциплины. Отсутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по изучаемым темам.	

Не зачтено	Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. Существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, путаница терминов. Отсутствуют подтверждающие примеры при ответе на теоретический вопрос.	
------------	--	--

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
Семестр 1	
1	Поясните, что в социальных науках понимается под коммуникацией.
2	Какие виды социальной коммуникации вы знаете?
3	В чем состоит специфика массовой коммуникации?
4	Какую роль в массовой коммуникации играют масс-медиа?
5	В чем состоит отличие «медиа» от «масс-медиа»?
6	Что понимается под медиаиндустрией?
7	Какие коммуникации в Европе X – XV вв. были основаны на книгах?
8	Как развитие технологии книгопечатания повлияло на развитие медиаиндустрии в XVII – XVIII веках?
9	Какая литература в основном издавалась в XVII – XVIII веках?
10	Как и почему газеты стали первым видом масс-медиа?
11	Как в XVIII – XIX веках развивалась индустрия газет?
12	Какие технические изобретения способствовали развитию индустрии газет?
13	Какие профессии сформировались в медиаиндустрии благодаря газетам?
14	В чем состояла и как менялась социальная роль масс-медиа в XVIII – XIX веках?
15	В чем состоит задача и принципы деятельности информационных агентств?
16	Когда сформировались крупнейшие современные информационные агентства? Перечислите несколько из них.
17	Какие технические достижения лежат в основе медиа промышленной эпохи?
18	Какую роль в развитии медиа сыграла фотография?
19	Какую роль в развитии медиа сыграл кинематограф?
20	Какую роль в развитии медиа сыграла звукозапись?
21	Какую роль в развитии медиа сыграло радио?

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Приложения находятся в Приложении к данной РГД

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

Устный зачет. Время подготовки к ответу - 30 минут

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Фролов, В. В.	История отечественного телевидения	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83269.html
Попов, В. Я.	Информационное общество: история, движущие силы и основные проблемы	Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ	2019	http://www.iprbookshop.ru/92851.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Жилавская, И. В., Онучина, К. К.	Виды медиа: типология и история	Москва: Московский педагогический государственный университет	2020	http://www.iprbookshop.ru/105892.html
Степанов М. А.	История медиакommunikаций	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017413

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

Эколог, ПДВ – Эколог, Котельные, АТП – Эколог

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска

Приложение

рабочей программы дисциплины История развития медиаиндустрии

наименование дисциплины

по направлению подготовки: 09.03.02 Информационные системы и технологии

наименование ОП (профиля): Информационные технологии в медиаиндустрии

Задание 1. Сравните историю развития 2х отечественных/зарубежных информационных агентств:

Таблица сравнения информационных агентств

Критерии сравнения	Агентство 1 (указать название)	Агентство 2 (указать название)
Технологические — коммуникационные технологии, формат, тираж, периодичность и т.д. Собственные информационные ресурсы и цифровые платформы		
• Экономические — формы собственности, характер инвестиций, рекламные бюджеты.		
• Аудиторные — характер потребителя продукта.		
• Редакционные — особенности структуры, управления и само-организации профессионального коллектива.		
• Тип информации — особенности отражаемой предметной среды.		
• Целевое назначение — преобладающий характер функций.		
• Организационные — организационные модели, определяемые характером учредителей, издателей, собственников.		
Вывод		

Задание 2. Проанализируйте газету «Санкт-Петербургские Ведомости»

Время и причины создания СМИ. Первый редактор, журналисты.

Учредитель, форма собственности (указать, если изменялось, почему).

Тематика публикаций в течение всего времени существования (показать динамику, указать причины).

Жанры публикаций в течение всего времени существования (показать динамику, указать причины).

Успешность политики редакции (оценить, обосновать).