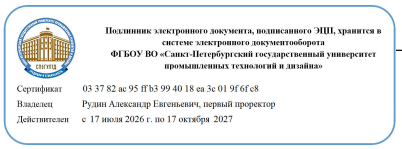
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР



_____А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.11 Теория и практика массмедиа

Учебный план: 2026-2027 42.03.01 ВШПМ Реклама в медиаинд ЗАО №1-3-26.plx

Кафедра: 38 Рекламы

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

Профиль подготовки: (специализация) Реклама в медиаиндустрии

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	

Санкт-Петербург
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Доцент _____ Куксо Ксения Александровна

От кафедры составителя:
Заведующий кафедрой рекламы _____ Смирнов Алексей Викторович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой _____ Смирнов Алексей Викторович

Методический отдел:
_____

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области сущности масс-медиа, их места, функций и воздействий в культуре, знаний культурно-исторической эволюции масс-медиа и их антропологических влияний, специфики современных форм организации и передачи массовой информации и практических аспектов деятельности в различных областях современной медиакоммуникации.

1.2 Задачи дисциплины:

• Раскрыть специфику масс-медиа в коммуникологических, культурологических и социально-антропологических аспектах;

• Рассмотреть актуальные теоретические подходы к феномену массовой информации и ее месту в системе культуры;

• Проследить особенности СМИ в контексте их исторической эволюции;

• Продемонстрировать особенности массовой информации и коммуникативных аспектов средств ее передачи в информационном и постинформационном обществе;

• Раскрыть принципы функционирования современных СМИ и деятельностные модели в различных областях современной медиасферы.

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

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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.
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.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)
		Лек. (часы)	Пр. (часы)	
Раздел 1. Предметно-методологические основания дисциплины	1			
Тема 1. Специфика и основные характеристики феномена массовой информации Практическое занятие: СМИ как исследовательский объект		0,5	1	17
Тема 2. Средства передачи массовой информации: актуальные исследовательские подходы Практическое занятие: Основные тенденции исследований СМИ в современной социальной теории и медиалогии		0,5	1	19
Тема 3. Культурно-историческая вариативность масс-медиа Практическое занятия: Основные исторические формы масс-медиа		0,5	1	19
Раздел 2. Современные научно-исследовательские программы сферы массовой информации				
Тема 4. Социологическая парадигма исследований массовой информации Практическое занятие: специфика социологических исследований СМИ		0,5	1	19
Тема 5. Эволюция медиалогических исследований СМИ Практическое занятие: концептуализации СМИ в ключевых медиалогических исследованиях		0,5	1	14
Тема 6. Специфика деятельности СМИ в контексте новейшей социальной аналитики Практическое занятие: Медиалогия и новейшая социальная теория: основные поля взаимообмена		0,5	1	14
Раздел 3. Практические аспекты современной медиа-сферы				
Тема 7. Модели организации деятельности современных СМИ Практическое занятие: Специфика деятельности современных СМИ		0,5	1	11
Тема 8. Профессионально-этические нормы в различных сферах современной медиакоммуникации Практическое занятие: Профессиональная этика сотрудников медиаорганизаций		0,5	1	10
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	8	123
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		6,5
Всего контактная работа и СР по дисциплине		14,5		129,5

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ОПК-2	Излагает основные современные тенденции развития общественных и государственных институтов и формы их взаимодействия со СМИ. Использует смысловой ресурс медиатекстов для решения социальных вопросов. Проводит сравнительный анализ различных способов освещения в медиатекстах тенденций развития институциональной сферы общества.
ОПК-5	Определяет специфику экономически- и политически-ориентированных моделей концептуализации СМИ и своеобразия функционирования современных медиакоммуникационных систем. Характеризует взаимодействия СМИ с экономической, политической, этической системами общества. Создает актуальный медиатекст с учетом особенностей функционирования современной системы массовой информации.

6.2 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. Самостоятельный подход при изложении материала.	
4 (хорошо)	Ответ полный, в нем продемонстрировано знание материалов дисциплины, но при этом обнаружено их недостаточное понимание.	
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит лекционные материалы без их понимания. Источники по соответствующей тематике освоены частично. Продемонстрировано ошибочное понимание материалов и недостаточный уровень знаний.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных положений вопроса. В ответе присутствуют грубые ошибки. Попытка списывания.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 1	
1	Предметное поле и назначение дисциплины «Теория и практика масс-медиа»
2	Структурные особенности массовой информации (лингвистические, смысловые, антрополого-психологические аспекты).
3	Информация и массовая культура: специфика информационного обмена в массовом обществе
4	Определение и основные характеристики масс-медиа.
5	Модели классификаций массмедиа
6	Изучение специфики деятельности масс-медиа: основные подходы.

7	Технологические аспекты масс-медиа и их влияние на коммуникативные особенности масс-медиа.
8	Культурно-историческая эволюция информационного обмена.
9	Основные исторические формы масс-медиа: особенности.
10	Теоретические рассмотрения генеалогии эпохи массовой информации
11	Коммуникативные особенности массового сознания в контексте теорий Г. Лебона, Г. Тарда, Х. Ортеги-и-Гассета
12	Новейшие технологизированные масс-медиа и культиндустрия (Франкфуртская школа)
13	Парадоксы современной сферы медиакоммуникации в теории Н. Лумана
14	Медиа распространения и медиа успеха в концепции Н. Лумана.
15	Предметная область и основные тенденции развития современной медиатеории
16	Современные формы вытеснения линейного текста, их антропологические и культурные влияния
17	Культурно-историческая эволюция масс-медиа и трансформации субъективности в теории М. Мак-Люэна
18	Неотрайбализм как результат воздействия современных масс-медиа
19	Тенденция стандартизации современного электронно-коммуникативного пространства и проблема мультикультурализма/интеркультурализма
20	Организация современной сферы массовой информации в социальной аналитике Ж. Бодрийяра
21	Знаковое производство массовой информации и его роль в современных социальных процессах в аналитике Ж. Бодрийяра
22	Антропологические влияния эпохи мгновенных электронных коммуникаций в аналитике современности П. Вирильо
23	Своеобразия функционирования современных масс-медиа: основные концептуализации
24	Специфика современного медиапродукта и ее социально-антропологические влияния.
25	Концепции «информационного общества». Аксиологические основы информационного общества
26	Антропологические влияния информационного общества
27	Информационное событие и информационные войны в постсовременности
28	Современная информационная революция, гипероптика и новые формы власти
29	Парадоксы коммуниканта в современной медиасреде
30	Виды современных медиаорганизаций: специфика деятельности и внешние вызовы
31	Перспективы отечественной сферы медиакоммуникаций
32	Право и этика СМИ
33	Принципы профессиональной этики сотрудника медиаорганизации.

6.3.2 Типовые тестовые задания

Тестовые задания не предусмотрены.

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Создайте краткий медиатекст, освещающий актуальную социальную проблему (на выбор обучающегося) таким образом, чтобы способствовать ее разрешению.

2. Раскройте положения одной из изученных Вами в рамках дисциплины теорий о характере взаимодействия систем общества и СМИ. Проиллюстрируйте их на актуальных примерах.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 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»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование		Иная	

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проводится в устной форме. Обучающийся получает 2 вопроса и 1 практико-ориентированное задание.

На подготовку к ответу по вопросу экзамена обучающемуся дается 40 мин.

Во время сдачи экзамена обучающемуся не разрешается пользоваться словарями, справочниками и иными учебно-методическими и научными материалами по изученному курсу. Любыми иными информационными материалами по вопросам курса также пользоваться во время сдачи экзамена не разрешается.

При ответе на вопросы экзамена обучающийся должен быть способен связно излагать (а не читать) подготовленный ответ и свободно переходить к ответам на вопросы преподавателя, тематически связанные с его заданием.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Фатеева, И. А.	История средств массовой информации: модели СМИ и место в них рекламы	Москва: Московский педагогический государственный университет	2022	https://www.iprbookshop.ru/122447.html
Аксенова, О. Н., Меликян, С. В., Швец, Е. В.	Теория и практика массовой информации	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/108343.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Киселёв, А. Г.	Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81693.html
Ушанов, П. В.	Media relations. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2017	http://www.iprbookshop.ru/65718.html
Жилавская, И. В.	Медиаобразовательные технологии российских СМИ	Москва: Московский педагогический государственный университет	2017	http://www.iprbookshop.ru/72502.html
Васильева М. Г., Суханова О. В.	Контент-аналитические исследования СМИ. Практические занятия и самостоятельная работа	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179135
Отв. Кознова Н. В.	Современные СМИ в контексте информационных технологий –2019	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199301
Шелонаев С. И.	Управление проектами в СМИ	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179102

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационно – правовой портал ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: http://www.garant.ru

Компьютерная справочно-правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

СПС КонсультантПлюс

7.4 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