

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 26.04.2024 11:53:43
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ПОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель КСН



М.Л. Белоножко

«30» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Теория и практика массовой информации

направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

профиль: Диджитал маркетинг

форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 8. 06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Диджитал маркетинг к результатам освоения дисциплины «Теория и практика массовой информации»

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 1 от «30» августа 2021 г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:

Г.И. Герасимова, профессор кафедры МиМУ, д. с.н,
доцент



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: сформировать у обучающихся компетентные представления о предметной области теории и практики массовой информации, понимания места и роли средств массовой информации в системе рекламы и связей с общественностью, принципов функционирования СМИ.

Основными задачами изучения курса являются:

- освоить теоретические подходы к изучению массовой информации;
- изучить понятие «массовой информации», продемонстрировать ее роль в современном мире;
- узнать историю становления и развития зарубежных и отечественных СМИ;
- обозначить специфику СМИ и интернета как медиа средств и каналов передачи массовой информации;
- составить представление о системе массовой информации и тенденциях развития печати, радио-, телевидения, интернета;
- изучить основные виды, жанры передач радио- тележурналистики, периодической печати, ознакомиться с их характеристиками;
- сформировать представление об особенностях и аспектах производства теле- и радиопередач, разных жанров печатных массмедиа.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений, учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать: «Основы теории коммуникации», «Социология», «Введение в профессиональную деятельность».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание: современной медиакоммуникационной системы.

Умения: выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

Владение: навыками использования тенденций развития медиа и разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретных медиа.

Содержание дисциплины «Теория и практика массовой информации» служит основой для освоения дисциплин: «Психология массового сознания», «Медиапланирование», «Теория и практика медиакоммуникаций».

2. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 2.1

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК) | Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю) |
|--|---|--|
| ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их | Знать ОПК-5. 3.5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях | Знает ОПК-5. 3.5.1. Знает современную медиа коммуникационную систему |

| | | |
|---|--|---|
| функционирования, правовых и этических норм регулирования | Уметь ОПК-5. У.5.1. Умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях | Умеет ОПК-5. У.5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях |
| | Владеть ОПК-5. В.5.1. Владеет своими профессиональными действиями в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы | Владеет ОПК-5. В.5.1. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы регулирования |

3. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 час.

Таблица 3.1.

| Форма обучения | Курс/ семестр | Аудиторные занятия/контактная работа, час. | | | Самостоятельная работа | Форма промежуточной аттестации |
|----------------|---------------|--|----------------------|----------------------|------------------------|--------------------------------|
| | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные занятия | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| очная | 1/2 | 34 | 18 | - | 56 | зач |
| очная | 2/3 | 34 | 18 | - | 20+36 | экз. |
| заочная | 2/3 | 8 | 8 | - | 88 | зач |
| заочная | 3/4 | 8 | 8 | - | 83 | экз. |

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Структура дисциплины очная форма обучения (ОФО)

Таблица 4.1.1

| № п/п | Структура дисциплины | | Аудиторные занятия, час. | | | СРС, час. | Всего, час. | Код ИДК | Оценочные средства |
|-----------|----------------------|---|--------------------------|-----|------|-----------|-------------|---|--------------------|
| | Номер раздела | Наименование раздела | Л. | Пр. | Лаб. | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 2 семестр | | | | | | | | | |
| 1 | 1 | Общие вопросы теории и практики массовой информации | 11 | 5 | - | 19 | 35 | ОПК-5. 3.5.1. ОПК-5. ОПК-5. В.5.1. У.5.1. | Презентация Тесты |
| | 2 | Система СМИ в России и за рубежом | 11 | 5 | | 19 | 35 | | Презентация Тесты |

| № п/п | Структура дисциплины | | Аудиторные занятия, час. | | | СРС, час. | Всего, час. | Код ИДК | Оценочные средства | |
|-----------|----------------------|--|--------------------------|-----|------|-----------|-------------|---------|----------------------|--|
| | Номер раздела | Наименование раздела | Л. | Пр. | Лаб. | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| 2 семестр | | | | | | | | | | |
| 2 | 3 | Функциональные аспекты работы с массовой информацией | 12 | 8 | - | 18 | 38 | | Презентация Тесты | |
| 3 семестр | | | | | | | | | | |
| | 4 | Специфика и направления журналистики как разновидность профессиональной деятельности | 17 | 9 | | 10 | 36 | | Презентация Тесты | |
| 3 | 5 | Специфика работы специалиста по РСО с массовой информацией | 17 | 9 | - | 10 | 36 | | Презентация Тесты | |
| | | Экзамен | | | | 36 | 36 | | Вопросы к экзамену | |
| Итого: | | | 68 | 36 | - | 76+36 | 216 | | | |

заочная форма обучения (ОФО)

Таблица 4.1.2

| № п/п | Структура дисциплины | | Аудиторные занятия, час. | | | СРС, час. | Всего, час. | Код ИДК | Оценочные средства |
|-----------|----------------------|--|--------------------------|-----|------|-----------|-------------|--|----------------------|
| | Номер раздела | Наименование раздела | Л. | Пр. | Лаб. | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 3 семестр | | | | | | | | | |
| 1 | 1 | История становления и развития теории и практики массовой информации | 3 | 3 | - | 29 | 35 | ОПК-5. 3.5.1. ОПК-5. В.5.1. У.5. | Презентация Тесты |
| 2 | 2 | Система СМИ в России и за рубежом | 3 | 3 | | 29 | 35 | | Презентация Тесты |
| 3 | 3 | Функциональные аспекты работы с массовой информацией | 2 | 2 | - | 30 | 34 | | Презентация Тесты |
| | | Зачет | | | | 4 | 4 | | |
| 4 семестр | | | | | | | | | |
| 4 | 4 | Специфика и направления журналистики как разновидности профессиональной деятельности | 4 | 4 | - | 41 | 49 | Презентация Тесты | |
| 5 | 5 | Особенности работы специалиста по РСО с массовой информацией | 4 | 4 | - | 42 | 50 | Презентация Тесты | |
| | | Экзамен | | | | 9 | 13 | Вопросы к экзамену | |
| Итого: | | | 16 | 16 | | 184 | 216 | | |

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5. Содержание дисциплины.

5.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. История развития теории и практики массовой информации

Развитие информационных обменов в древности. Ранние журналистские явления и практики развития прессы. Понятие массовой информации. Исторические типы и модели журналистики. Массовая информация и ее роль в современном мире. Основные этапы развития журналистики в России и за рубежом. История становления и развития отечественных прессы, ТВ и радио. Развитие СМИ в Европе. Персональный журнализм. Особенности информационной инфраструктуры в национальных границах различных стран. Глобализация информационных процессов.

Раздел 2. Система СМИ в России и за рубежом

Современные средства массовой информации. Типология и система СМИ. Предпосылки развития и совершенствования системы СМИ. Основные отличия отечественных и зарубежных систем СМИ. Субъекты управления СМИ на современном этапе. Глобализация СМИ. Политический, социальный, нравственный и экономический аспект СМИ. Журналистика как сфера научной и практической деятельности. Теория и методика журналистской деятельности. Технические средства массовой коммуникации. Развитие теле- и радиовещания в ведущих западных странах, основные этапы и тенденции. Основные изменения и современные тенденции рынка теле- и радиовещания в России. Типология радиостанций, понятие «формата». Технические средства радио. Производство радиопрограмм. Жанры радиожурналистики: информационные, аналитические, документально-художественные (новости, репортажи, интервью, комментарии и пр.) Классификация ТВ. Эфирное, кабельное и спутниковое телевидение, цифровое, интерактивное телевидение. Современное состояние телевизионного рынка РФ (основные процессы и тенденции). Специфика телевидения как медиа-средства. Телевизионная публицистика. Технические средства телевидения. Производство телепрограмм. Механизм создания телепередачи. Телевизионный сценарий и его виды. Технологии создания телевизионного сценария. Классификатор ТВ-программ. Информационные жанры телевидения. Жанры аналитической и художественной публицистики. Виды, жанры передач и их характеристики (новости, комментарии, обозрения, ток-шоу, реалити-шоу, телесериалы, ситуационные комедии и пр.) Типологии и классификации печатных СМИ. Жанры печатных СМИ. Электронные версии печатных СМИ. Журналистика и Интернет. Сетевые газеты и публикации. Сетевые источники информации.

Раздел 3. Функциональные аспекты работы с массовой информацией

Аудиторный фактор трансформации печатной прессы. Общероссийские газетные издания. Экономическая модель российской газетной прессы. Региональная печать. Газетный киоск будущего. Журнальный рынок России. Радио как сегмент рынка. Крупнейшие российские радиохолдинги. Система форматов радиостанций (типологии Шереля, Бубукина, Вартановой). Классификация ТВ. Типы подключения к тв-сигналу в России. Эфирное ТВ. Зоны эфирного телевидения России. Организационно-правовые формы российских телевещателей. Федеральные телевещатели России. Собственное вещание региональных телеканалов России, его объем. Кабельное и спутниковое ТВ. Неэфирные телеканалы России. Интернет – многофункциональная система. Главные функции интернета. Российские средства массовой информации в интернете:

российские газеты и журналы в интернете; информагентства в интернете. региональные и местные издания в глобальной сети; российское РВ и ТВ в интернете

Раздел 4. Специфика и направления журналистики как разновидности профессиональной деятельности

Массовая информация как центральная категория журналистики. Понятия и термины современной науки о журналистике. Информация, массовая информация, средства массовой информации, система отношений "журналист-аудитория". Журналистика как фактор социального управления. Функции журналистики, их обоснование. Социальное предназначение журналистики. Исторические типы журналистики. "Качественные" и "массовые" Свобода печати и журналистской деятельности. Свобода- необходимость, ответственность применительно к теории и практике журналистики. Экономические условия и факторы свободы СМИ. Журналистика как система средств массовой информации и управления ими. Научное творчество в сфере журналистики. Возникновение научных школ. Социологические методы исследования СМИ. Теория и методика журналистского творчества. Журналистское творчество как профессиональная деятельность. Редакторский, организаторский и авторский виды журналистской деятельности. Научный, художественный и публицистический виды творчества.

Раздел 5. Специфика работы специалиста по РСО с массовой информацией

Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью. Взаимодействия СО со СМИ: функции, задачи, сферы ответственности. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ. Пресс-конференции, брифинги, документы СО для СМИ. Оперативные рабочие информационные документы, информационные справки, компьютерная презентация, портфолио. Интерактивные документы в интернете: веб-сайт, целевая страница (landing page) и др. Тексты в СО. Копирайтинг. Практика нейминга. Интернет-коммуникации: направления деятельности СО. Принципы, преимущества и виды реализации СО в интернете. Тенденции использования новых информационно-коммуникационных технологий СО. Новые медиа и блоггинг.

5.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

| № п/п | Номер раздела дисциплины | Объем, час. | | | Тема лекции |
|-------|--------------------------|-------------|-----|------|---|
| | | ОФО | ЗФО | ОЗФО | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | 1 | 3 | 0,5 | - | Массовая информация и ее роль в современном мире |
| 2 | | 3 | 0,5 | - | История становления и развития отечественных прессы, ТВ и радио |
| 3 | | 3 | 1 | - | Информационная инфраструктура в национальных границах различных стран. |
| 4 | 2 | 4 | 1 | - | Современные средства массовой информации. Типология и система СМИ |
| 5 | | 4 | 1 | - | Журналистика как сфера научной и практической деятельности |
| 6 | | 4 | 1 | - | Основные изменения и современные тенденции рынка печати, теле -и радиовещания в России и за рубежом |
| 7 | | 3 | 1 | - | Зарубежные и российские информационные службы |
| 8 | | 4 | 1 | - | Особенности производства медиапродукта |

| № п/п | Номер раздела дисциплины | Объем, час. | | | Тема лекции |
|--------|--------------------------|-------------|-----|------|---|
| | | ОФО | ЗФО | ОЗФО | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 9 | | 4 | 1 | - | Региональные печать, радио и ТВ: современное состояние и перспективы развития |
| 10 | | 4 | 1 | - | Неэфирные медиаканалы и интернет |
| 11 | | 4 | 1 | - | Блогосфера как ниша профессиональной и личностной самореализации |
| 12 | 3 | 3 | 1 | - | Экономическая модель российских медиа |
| 13 | | 3 | 0,5 | - | Организационно-правовые формы российских СМИ |
| 14 | | 4 | 0,5 | - | Журналистская информация как товар |
| 15 | 4 | 3 | 0,5 | - | Социальное предназначение журналистики |
| 16 | | 3 | 0,5 | - | Свобода печати и журналистской деятельности |
| 17 | | 3 | 1 | - | Теория и методика журналистского творчества |
| 18 | 5 | 3 | 0,5 | - | Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью |
| 19 | | 3 | 0,5 | - | Профессиональные стандарты взаимодействия СО и СМИ |
| 20 | | 3 | 1 | - | Реализации СО в интернет -СМИ |
| Итого: | | 68 | 16 | - | |

Практические занятия

Таблица 5.2.2

| № п/п | Номер раздела дисциплины | Объем, час. | | | Тема практического занятия |
|-------|--------------------------|-------------|-----|------|---|
| | | ОФО | ЗФО | ОЗФО | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | 1 | 1 | 0,5 | | Массовая информация и ее роль в современном мире |
| 2 | | 1 | 0,5 | | История становления и развития отечественных прессы, ТВ и радио |
| 3 | | 1 | 1 | | Информационная инфраструктура в национальных границах различных стран. |
| 4 | 2 | 2 | 1 | | Современные средства массовой информации. Типология и система СМИ |
| 5 | | 2 | 1 | - | Журналистика как сфера научной и практической деятельности |
| 6 | | 2 | 1 | - | Основные изменения и современные тенденции рынка печати, теле -и радиовещания в России и за рубежом |
| 7 | | 2 | 1 | - | Зарубежные и российские информационные службы |
| 8 | | 2 | 1 | - | Особенности производства медиапродукта |
| 9 | | 2 | 1 | - | Региональные печать, радио и ТВ: современное состояние и перспективы развития |
| 10 | | 2 | 1 | | Неэфирные медиаканалы и интернет |
| 11 | | 2 | 1 | | Блогосфера как ниша профессиональной и личностной самореализации |
| 12 | 3 | 2 | 1 | | Экономическая модель российских медиа |
| 13 | | 2 | 0,5 | - | Организационно-правовые формы российских СМИ |

| № п/п | Номер раздела дисциплины | Объем, час. | | | Тема практического занятия |
|--------|--------------------------|-------------|-----|------|--|
| | | ОФО | ЗФО | ОЗФО | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 14 | | 2 | 0,5 | - | Журналистская информация как товар |
| 15 | 4 | 2 | 0,5 | - | Социальное предназначение журналистики |
| 16 | | 2 | 0,5 | | Свобода печати и журналистской деятельности |
| 17 | | 2 | 1 | | Теория и методика журналистского творчества |
| 18 | | 2 | 0,5 | | Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью |
| 19 | 5 | 2 | 0,5 | | Профессиональные стандарты взаимодействия СО и СМИ |
| 20 | | 1 | 1 | | Реализации СО в интернет -СМИ |
| Итого: | | 36 | 16 | - | |

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

| № п/п | Номер раздела дисциплины | Объем, час. | | | Тема | Вид СРС |
|-------|--------------------------|-------------|-----|------|---|------------------------------------|
| | | ОФО | ЗФО | ОЗФО | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | 1 | 2 | 8,5 | - | Массовая информация и ее роль в современном мире | Подготовка к практическим занятиям |
| 2 | | 2 | 8,5 | - | История становления и развития отечественных прессы, ТВ и радио | Подготовка к практическим занятиям |
| 3 | | 4 | 8,5 | - | Информационная инфраструктура в национальных границах различных стран. | Подготовка к практическим занятиям |
| 4 | 2 | 4 | 8,5 | - | Современные средства массовой информации. Типология и система СМИ | Подготовка к практическим занятиям |
| 5 | | 4 | 8,5 | - | Журналистика как сфера научной и практической деятельности | Подготовка к практическим занятиям |
| 6 | | 4 | 8,5 | - | Основные изменения и современные тенденции рынка печати, теле -и радиовещания в России и за рубежом | Подготовка к практическим занятиям |
| 7 | | 4 | 8,5 | - | Зарубежные и российские информационные службы | Подготовка к практическим занятиям |
| 8 | | 4 | 8,5 | - | Особенности производства медиaproдукта | Подготовка к практическим занятиям |
| 9 | | 4 | 8,5 | - | Региональные печать, радио и ТВ: современное состояние и перспективы развития | Подготовка к практическим занятиям |
| 10 | | 4 | 8,5 | - | Неэфирные медиаканалы и интернет | Подготовка к практическим занятиям |
| 11 | | 4 | 8,5 | - | Блогосфера как ниша профессиональ- | Подготовка к прак- |

| № п/п | Номер раздела дисциплины | Объем, час. | | | Тема | Вид СРС |
|--------|--------------------------|-------------|--------|------|--|---|
| | | ОФО | ЗФО | ОЗФО | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | | | | | ной и личностной самореализации | тическим занятиям |
| 12 | 3 | 4 | 8,5 | - | Экономическая модель российских медиа | Подготовка к практическим занятиям |
| 13 | | 4 | 8,5 | - | Организационно-правовые формы российских СМИ | Подготовка к практическим занятиям |
| 14 | | 4 | 8,5 | - | Журналистская информация как товар | Подготовка к практическим занятиям |
| 15 | 4 | 4 | 8,5 | - | Социальное предназначение журналистики | Подготовка к практическим занятиям |
| 16 | | 4 | 8,5 | - | Свобода печати и журналистской деятельности | Подготовка к практическим занятиям |
| 17 | | 4 | 8,5 | - | Теория и методика журналистского творчества | Подготовка к практическим занятиям |
| 18 | 5 | 4 | 8,5 | - | Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью | Подготовка к практическим занятиям |
| 19 | | 4 | 8,5 | - | Профессиональные стандарты взаимодействия СО и СМИ | Подготовка к практическим занятиям |
| 20 | | 4 | 8,5 | - | Реализации СО в интернет -СМИ | Подготовка к практическим занятиям |
| | | 36 | 13 | | | Подготовка к зачету, экзамену, контрольной работе (ЗФО) |
| Итого: | | 76+36 | 171+13 | - | | |

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация материала, лекция-диалог;
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия);
- выполнение творческих заданий (практические занятия).

5. Проблематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

1. Потребностей современного общества удовлетворяемые массовой информацией
2. Понятие массовой коммуникации и ее значение в современном обществе
3. Глобализация информационных процессов и информационное общество
4. Массовая информация в контексте базовых прав и свобод личности
5. Роль медиа в демократическом обществе
6. Типология и система СМИ
7. Массово – информационная природа и принципы журналистики
8. Функция журналистики и функции СМИ
9. Профессионально-этические правила и нормы журналистики
10. Законодательство в сфере журналистики
12. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности
13. Концепции понятия «аудитория»

14. Переход России к информационному обществу
15. Четыре типа теорий СМИ по Маккуэйлу
16. Законодательства о СМИ и этические регуляторы
17. Телевидение как фактор «четвертой революции» в области информации
18. Влияние новых типов медиа на систему СМИ
19. Интернет как фактор развития конвергентной журналистики. СМИ
20. Концепция «интерактивного общества от интеллектуальной

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1. , 8.2

Таблица 8.1

2 семестр

| № п/п | Виды мероприятий в рамках текущего контроля | Количество баллов |
|----------------------|---|-------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| 1 текущая аттестация | | |
| 1.1 | Сообщение-презентация | 10 |
| 1.2 | Выполнение творческих заданий | 10 |
| 1.3 | Обсуждение практических ситуаций | 10 |
| | ИТОГО за первую текущую аттестацию | 30 |
| 2 текущая аттестация | | |
| 2.1 | Сообщение-презентация | 10 |
| 2.2 | Выполнение творческих заданий | 10 |
| 2.3 | Обсуждение практических ситуаций | 10 |
| | ИТОГО за вторую текущую аттестацию | 30 |
| 3 текущая аттестация | | |
| 3.1 | Выполнение творческих заданий | 10 |
| 3.2 | Обсуждение практических ситуаций | 10 |
| 3.3 | Итоговый тест | 20 |
| | ИТОГО за третью текущую аттестацию | 40 |
| | ВСЕГО | 100 |

Таблица 8.2

3 семестр

| № п/п | Виды мероприятий в рамках текущего контроля | Количество баллов |
|----------------------|---|-------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| 1 текущая аттестация | | |
| 1.1 | Сообщение-презентация | 10 |
| 1.2 | Выполнение творческих заданий | 10 |
| 1.3 | Обсуждение практических ситуаций | 10 |
| | ИТОГО за первую текущую аттестацию | 30 |
| 2 текущая аттестация | | |
| 2.1 | Сообщение-презентация | 10 |
| 2.2 | Выполнение творческих заданий | 10 |

| № п/п | Виды мероприятий в рамках текущего контроля | Количество баллов |
|-----------------------------|---|-------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| 2.3 | Обсуждение практических ситуаций | 10 |
| | ИТОГО за вторую текущую аттестацию | 30 |
| 3 текущая аттестация | | |
| 3.1 | Выполнение творческих заданий | 10 |
| 3.2 | Обсуждение практических ситуаций | 10 |
| 3.3 | Итоговый тест | 20 |
| | ИТОГО за третью текущую аттестацию | 40 |
| | ВСЕГО | 100 |

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Перспект»;
- ЭБС «Консультант студент»;

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- MicrosoftOfficeProfessionalPlus;
- Windows 8.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

| № п/п | Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины | Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование) |
|-------|---|--|
| 1 | Персональные компьютеры | Проектор, экран |

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений бакалавриата, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 24с.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Метод. рек. к организации самостоятельной работы обучающихся всех направлений подготовки бакалавриата, всех форм обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 32 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Теория и практика массовой информации

Код направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

профиль: Диджитал маркетинг

| Программа: Код компетенции | Код и наименование результата обучения по дисциплине | Критерии оценивания результатов обучения | | | |
|----------------------------|---|--|---|---|---|
| | | 1-2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| ОПК-5. | Знать: ОПК-5. 3.5.1. Современную медиакоммуникационную систему | Не владеет знаниями о деятельности современной медиакоммуникационной системы | Демонстрирует отдельные знания о деятельности современной медиакоммуникационной системы | Демонстрирует достаточные знания о деятельности современной медиакоммуникационной системы | Демонстрирует исчерпывающие знания о деятельности современной медиакоммуникационной системы |

| Программа: Код компетенции | Код и наименование результата обучения по дисциплине | Критерии оценивания результатов обучения | | | |
|----------------------------|---|--|--|---|--|
| | | 1-2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | Уметь: ОПК-5. У.5.1. Выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях | Не умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях | Умеет не в полной мере выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях | Умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях | В совершенстве умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях |

| Програм- ма:Код компет енции | Код и наименование результата обучения по дисциплине | Критерии оценивания результатов обучения | | | |
|---------------------------------------|--|---|---|---|--|
| | | 1-2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | <p>Владеть навыками: ОПК-5. В.5.1. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиа коммуникационной системы регулирования</p> | <p>Не владеет навыками при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использовать выявленные тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира. Не владеет навыками разработки коммуникационных продуктов сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиа коммуникационной системы регулирования</p> | <p>Удовлетворительно владеет навыками при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использовать выявленные тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира. Удовлетворительно владеет навыками разработки коммуникационных продуктов сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиа коммуникационной системы регулирования</p> <p>15</p> | <p>Хорошо владеет навыками при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использовать выявленные тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира. Хорошо владеет навыками разработки коммуникационных продуктов сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиа коммуникационной системы регулир-я</p> | <p>В совершенстве владеет навыками при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использовать выявленные тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира. В совершенстве владеет навыками разработки коммуникационных продуктов сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиа коммуникационной системы регулир-я.</p> |

КАРТА

обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина Теория и практика массовой информации

Код направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Диджитал маркетинг

| Учебная, учебно-методическая литература по рабочей программе | Название учебной и учебно-методической литературы, автор, издательство | Год издания | Вид издания | Вид занятий | ККол-во экземпляров в БИК | Контингент обучающихся, использующих указанную литературу | Обеспеченность обучающейся литературой, % | Место хранения | Наличие эл. варианта в электронно-библиотечной системе ТИУ |
|--|---|-------------|-------------|-------------|---------------------------|---|---|----------------|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Основная | Информационный менеджмент [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, / О. М. Барбаков, Ю. А. Зобнин, А. С. Еропкина; ТюмГНГУ. - Тюмень – 2014 – .270 с. http://elib.tsogu.ru | 2014 | УП | Л, П | 38+ЭР | 25 | 100 | БИК | + |
| | Емельянов, Станислав Михайлович. <i>Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2020. - 197 с. - (Высшее образование). - URL: https://urait.ru/bcode/453403. - Режим доступа: для автор. пользователей. - ЭБС "Юрайт".</i> | 2020 | УП | Л, П | ЭР | 25 | 100 | БИК | + |
| | Фадеева, Елена Николаевна. <i>Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. - Москва : Юрайт, 2020. - 263 с. - (Высшее образование). - URL: https://urait.ru/bcode/450027. - Режим доступа: для автор. пользователей. - ЭБС "Юрайт".</i> | 2020 | УП | Л, П | ЭР | 25 | 100 | БИК | + |

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножко

Директор БИК _____



Д.Х. Каюкова