

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Евгеньевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 24.04.2024 16:35:59
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования

«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель КСН

Беложко М.Л. Белоножко

« 10 » 06 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины: Теория массовых коммуникаций

направление: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

направленность: Рекламный медиа-бизнес

форма обучения: очная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 22.04.2019 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Рекламный медиа-бизнес к результатам освоения дисциплины Теория массовых коммуникаций

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 13 от «07» июня 2019 г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоношко

Рабочую программу разработал:

В.Л. Моложавенко, профессор кафедры МиМУ, д.п.н, доцент



1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины формирование у магистров системного представления о теоретических подходах и концепциях массовой коммуникации, ее базовых институтах и процессах.

Задачи дисциплины

1. Изучение основных этапов развития теоретических представлений о феномене массовой коммуникации в рамках социальных и политических наук.
2. Выявление общих принципов и специфических особенностей ведущих социологических парадигм и школ в области анализа массово-коммуникативных процессов.
3. Формирование представлений об общей логике исторического развития различных масс-медиа в контексте ключевых процессов социально-экономического, политического и культурного развития современных (модерных) обществ в сравнительной перспективе.
4. Анализ особенностей современного этапа трансформации масс-медийных институтов в перспективе глобальных трансформаций рубежа тысячелетий, включая отечественный опыт последних десятилетий.
5. Актуализация и закрепление представления об институциональных особенностях и коммуникативных характеристиках звеньев массово-коммуникативного процесса, способах социологического анализа каждого из этапов производства и потребления масс-медийных текстов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Теория массовых коммуникаций» относится к дисциплинам/модулям обязательной части учебного плана.

Содержание дисциплины/модуля является логическим продолжением содержания дисциплин Б1.О.1.05 История публичных коммуникаций, Б1.0.1.03 Межкультурные коммуникации и Международные связи с общественностью. Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются.

Знание:

Описание сути проблемной ситуации, Маркетинговые технологии изучения аудитории

Умения:

Выявлять составляющие проблемные ситуации и связей между ними.

Интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп

Владеть

Выбором методов критического анализа, адекватных проблемной ситуации.

Организовывать процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов.

Дисциплина «Теория массовых коммуникаций» служит основой для освоения дисциплин Б1.О.1.09 Управление коммуникационными проектами, Б1.О.1.12 Медиа технологии в современных коммуникациях; Б1.О.1.13 Управление интегрированными коммуникациями; Б1.В.01 Событийный маркетинг; Б1.В.02 Современный медиарынок.

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
<p>УК-1.</p> <p>Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p>	<p>Знать УК-1 3.1.1 Знать методы описания сути проблемной ситуации</p>	<p>Знает: основные концепции коммуникации, массовых коммуникаций, модели, методы, способы и инструменты (УК-1. 3.1.1.)</p>
	<p>Уметь УК-1 У.1.1 Выявление составляющих проблемной ситуации и связей между ними</p>	<p>Умеет: выявлять составляющие проблемной ситуации. Аргументированно выявлять связи между ними. (УК-1 У.1.1)</p>
	<p>Владеть УК-1 В.1.1 Выбор методов критического анализа, адекватных проблемной ситуации</p>	<p>Владеет: методами критического анализа в соответствии с проблемами, основными исследовательскими методами. Демонстрирует способность к адаптации результатов научных исследований для решения профессиональных задач (УК-1 В.1.1.)</p>
<p>ОПК-4.</p> <p>Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>Знать ОПК-4. 3.4.1. Маркетинговые технологии изучения аудитории</p>	<p>Знает: Маркетинговые технологии изучения аудитории (ОПК-4.3.4.1. 1)</p>
	<p>Уметь ОПК-4. У.4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p>	<p>Умеет: Проводить научные исследования в области коммуникативистики, владеет основными исследовательскими методами, осознает необходимость приобретения навыков в данной области (ОПК-4. У.4.1.1)</p>
	<p>Владеть ОПК-4. В.4.1. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Владеет: Пониманием базовых и прикладных моделей коммуникации; основами управления коммуникативными процессами, методами анализа массовой коммуникации. (ОПК-4. В.4.1.1)</p>

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	1/1	34	17	-	30+27	экзамен

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ 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
1.	Раздел 1.	Картограффия теорий	16	8	-	14	38	УК-1 3.1.1. УК-1 У.1.1 УК-1 В.1.1	Задание 1 по разделу: «Понятие и сущность теорий массовой коммуникации» Задание 2 по разделу: «Парадигмы виды и уровни коммуникации в современном кинематографе» Ролевая игра: четыре теории прессы» Кейс задача: определение модели печатного издания
2.	Раздел 2.	Медиа-реальность	18	9	-	16	43	ОПК-4. 3.4.1.1 ОПК-4.У.4.1.1 ОПК-4. В.4.1.1	Кейс задача «Определение соответствия печатного издания теории социальной ответственности журналистики» Кейс задача: Определение соответствия печатного издания «коммунистической» теории журналистики Коллоквиум

									Дискуссия Диспут Круглый стол Проект «Теория МК»
3.	контроль					27	27		
	всего		34	17		57	108	УК-1 3.1.1. УК-1 У.1.1 УК-1 В.1.1 ОПК-4. 3.4.1.1 ОПК-4.У.4.1.1 ОПК-4. В.4.1.1	Вопросы к экзамену

Заочная форма (ЗФО), Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)
Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1.Картография теорий

Тема 1. Введение в дисциплину. Возможная картография теорий

Общая характеристика современного этапа развития исследований в области массовой коммуникации в сравнении с предыдущими: социально-экономический, политический и культурный контексты Поздней Современности. Понятие альтернативной парадигмы и «карта теорий медиа» (mediatheogram) по Д. Маккуэйлу. Преемственность и новизна проблематики. Эмансипация интернет-коммуникаций и вызовы классическим парадигмам в области медиа-исследований. Методологический плюрализм и междисциплинарность как базовые характеристики пространства современных теорий.

Тема 2. Теории технологического детерминизма

Возникновение Торонтской школы. Ключевые идеи Г. Инниса о роли технологий коммуникации в человеческой истории. Теория Маклюэна как оригинальный вариант философии техники: «средство коммуникации есть сообщение», противопоставление «горячих» и «холодных» медиа, «Галактика Гуттенберга» и мифогенный потенциал электронных медиа эпохи «глобальной деревни».

Тема 3Четыре стадии развития новых медиа. Концепция «Галактики Интернета» М. Кастельса: принципы информационной экономики, логика сетей, цифровое неравенство и политика в эпоху «новых медиа». Развитие идей Торонтской школы: «аппараты культуры» versus «индустрии сознания» у О. Гоулднера. Теория «медиатизации опыта» в эпоху электронных медиа Д. Мейеровича.

Тема 4. Культивационная теория Анненбергской школы

Коммуникация - интеракция через сообщение. Телевидение как базовый объект исследования. Главные направления исследований по Дж. Гербнеру: анализ кодов сообщений, анализ поведения аудиторий и изучение медиа-институтов и политики. Программа «Профиль насилия» и ее результаты.

Тема 5 Телевидение как функциональный эквивалент мифо-ритуальных институтов прошлого, ориентирующий на поддержание целостности и консенсуса в обществе. Стабильность и закрытость системы телевидения. Гипотеза культивации, понятия культурных индикаторов, мейнстриминга, резонанса, тяжелых/легких зрителей.

Тема 6. Британские «культурные исследования» (BSCS)

Господство, культура и медиа в перспективе неомарксизма. Гегемония (А. Грамши), «индустрии культуры» (М. Хоркхаймер,), идеологические аппараты государства (Л. Альтюссер). Влияние идей и семиотики.

Тема 7.Массовая коммуникация как процесс кодирования/декодирования в концепции С. Холла. «Семантическая герилья», радикальная версия феномена «активных аудиторий» и варианты декодирования «гегемонистского идеологического кода». «Народ против властного блока». Критика теории симулякров Ж. Бодрийяра. Соотноше-

ние кода идеологии и кодов медиа-производителей. Текстцентризм. Механизмы кодирования в телевизионной культуре по Дж. Фиску.

Тема 8. Школа медиа-исследований при Университете г. Глазго (GlasgowMediaGroup)

Новостной контент как основной объект исследования GUMG. Выявление зависимости между типом контента и продолжительностью информации. Стабильная структура новостных блоков, иерархия значимости информации и «зрительские максимы». Проблема навязывания идеологии через журналистские практики производства контента: рамки нормальности/девиантности, фильтрации (гейткипинга).

Раздел 2. Медиа-реальность

Тема 9 Отбрасывание информации и укрепление легитимного «статус кво». Модель телевизионного дискурса В. Морин: влияние теории речевых актов Дж. Остина, перформативный и констатативный подходы к новости.

Тема 10. Социальный конструктивизм и теории медиареальности

Антиэссенциалистская установка конструктивистских подходов. Общественные явления как продукты человеческой практики. Конструирование социальной реальности как ее производство в процессе человеческого взаимодействия. «Прагматический поворот» в гуманитарных науках и его последствия. Социальная феноменология (А. Шюц, П. Бергер, Т. Лукман) и ее ресурсы в медиа-исследованиях.

Тема 11. Мир повседневности как основа конструирования медиареальности (Х. Молотч, М. Лестер). Концепция медиареальности Д. Элтейда: конструктивистская реконструкция медиапроизводства понятие медиалогии, формата как аналога естественной установки, «сканирующего времени» телевидения, постжурнализма. Этнометодология и теория фреймов (Г. Гарфинкель, И. Гофман): базовые положения. Фрейминг как техника конструирования новостей и как механизм восприятия контента в рамках знакомых контекстов (Р. Энтман). Режимы вовлеченности и фреймы телепросмотра (В. Вахштайн). Медиареальность в перспективе неофункционализма Н. Лумана: две реальности масс-медиа, аутопоэзис, двоичный код, программные области, критерии трансформации события в новость.

Тема 12. Масс-медиа и социоанализ (П. Бурдье.П. Шампань и др.): поле журналистики, его агенты, капиталы и позиции, принцип двойной зависимости поля, символическая власть, «медиаические интеллектуалы», феномен «быстромыслия» (fast-thinking), «несуществующее» общественное мнение и критика технологий опросов.

Тема 13. Теории медиа-эффектов

Общая схема трансформации представлений исследователей об эффектах воздействия масс-медиа на аудиторию. Первоначальные версии атомизированных аудиторий и эффекта «магической пули» (Г. Лассуэлл). «Повторное открытие» первичных групп и формирование концепции многоступенчатого потока информации и «лидеров мнений» в рамках структурного функционализма. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера и ее проекция в область медиа-исследований: феномен «упрямой аудитории».

Тема 14 Теория информационного дефицита (Г. Донахью, С. Олиен, П. Тиченор): «информационные бедняки» и «богачи», понятие «разрывов в знании» и проблематичность феномена «хорошо информированного гражданина» как самостоятельного актора демократической политики.

Тема 15.Теория «удовлетворения потребностей» (Э. Кац) как структурно-функциональная версия идеи «активных аудиторий»: обоснование зависимости медиа-потребления от потребностей индивидов, а не медиа-производителей. Формирование и развитие теории «повестки дня» (М. Маккомбс, Д. Шоу): акцент на когнитивных аспектах медиа-потребления, типы повесток, потребность в ориентации и функция социального конструирования реальности.

Тема 16. Теория публичных арен (Ч. Боск, С. Хилгартен,): конструкционистский подход к социальным проблемам, пропускная способность арен как ключевой ограничитель в мире медиа. Теория «усталости сострадать» (К. Кинник, Д. Крэгмон, Г. Камерон): обоснование механизмов эмоционального выгорания индивидов по отношению к социальным проблемам. Теория «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман): зависимость индивидуальных мнений от представлений о мнениях большинства, феномен «плюралистического незнания», страх изоляции, «сдвиг последней минуты» и присоединение к победителю.

Тема 17. Интернет, виртуальная реальность и «новые медиа»: подходы к осмыслению

Технологическая революция в коммуникациях второй половины XX века и ее последствия. Технократический миллениаризм и интернет-утопизм: «дивный новый мир цифровой Агоры». Концептуальные ресурсы философии техники в осмыслении виртуализации общества. Реальное/виртуальное, феномен иммерсивности. Теория виртуальной реальности А. Бюля. Мифология глобальных информационных потоков (М. Фергюсон). Интернет как медиум Постмодерна. «Цифровой раскол» и его осмысление: понятия информационной культуры и медиапоколений. «Добровольное рабство юзеров» (Н. Больц). Сетевое общество как гипертекст. Феномен «пустой публичной сферы» и кризис репрезентативных политических институтов. «Индустрии культуры» в эпоху Web.2.0.: концепция экономики символического обмена А. Долгина. Концепция менеджмента внимания и «рынков как разговоров».

Заочная форма (ЗФО), Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2.2. 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.	Раздел 1.	2	-	-	Тема 1. Введение в дисциплину. Возможная картография теорий
2.		2	-	-	Тема 2. Теории технологического детерминизма
3.		2	-	-	Тема 3 Четыре стадии развития новых медиа.
4.		2	-	-	Тема 4. Культивационная теория Анненбергской школы
5.		2	-	-	Тема 5 Телевидение как функциональный эквивалент мифо-ритуальных институтов
6.		2	-	-	Тема 6. Британские «культурные исследования» (BSCS)
7.		2	-	-	Тема 7. Массовая коммуникация как процесс кодирования/декодирования в концепции С. Холла.
8.		2	-	-	Тема 8. Школа медиа-исследований при Университете г. Глазго (GlasgowMediaGroup)
9.		2	-	-	Тема 9 Отбрасывание информации и укрепление легитимного «статус кво».
10.	Раздел 2. Медиа-	2	-	-	Тема 10. Социальный конструктивизм и теории медиареальности
11.		2	-	-	Тема 11. Мир повседневности как основа конст-

	реаль- ность				руирования медиареальности
12.		2	-	-	Тема 12. Масс-медиа и социоанализ (П. Бурдье, П. Шампань и др.):
13.		2	-	-	Тема 13. Теории медиа-эффектов
14.		2	-	-	Тема 14 Теория информационного дефицита (Г. Донахью, С. Олиен, П. Тиченор):
15.		2	-	-	Тема 15. Теория «удовлетворения потребностей» (Э. Кац) Тема
16.		2	-	-	16. Теория публичных арен (Ч. Боск, С. Хилгартен,
17.		2	-	-	Тема 17. Интернет, виртуальная реальность и «новые медиа»: подходы к осмыслению
Итого		34	х	х	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1.	Раздел 1	2	-	-	Тема 3 Четыре стадии развития новых медиа.
2.		2	-	-	Тема 4. Культивационная теория Анненбергской школы
3.		2	-	-	Тема 5 Телевидение как функциональный эквивалент мифо-ритуальных институтов
4.		2	-	-	Тема 6. Британские «культурные исследования» (BSCS)
5.	Раздел 2	2	-	-	Тема 14 Теория информационного дефицита (Г. Донахью, С. Олиен, П. Тиченор):
6.		2	-	-	Тема 15. Теория «удовлетворения потребностей» (Э. Кац) Тема
7.		2	-	-	16. Теория публичных арен (Ч. Боск, С. Хилгартен,
8.		3	-	-	Тема 17. Интернет, виртуальная реальность и «новые медиа»: подходы к осмыслению
Итого		17	х	х	

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/ п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции	Виды СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	2	3	4	5	6	7
1.	Раздел 1	2		-	Тема 2. Теории технологического детерминизма	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий

2.		2		-	Тема 3 Четыре стадии развития новых медиа.	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий
3.		2		-	Тема 4. Культивационная теория Анненбергской школы	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий
4.		2		-	Тема 5 Телевидение как функциональный эквивалент мифо-ритуальных институтов	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий
5.		2		-	Тема 6. Британские «культурные исследования» (BSCS)	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий
6.		2		-	Тема 7. Массовая коммуникация как процесс кодирования/декодирования в концепции С. Холла.	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий
7.		2		-	Тема 8. Школа медиаисследований при Университете г. Глазго (GlasgowMediaGroup)	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий
8.	Раздел 2	2		-	Тема 9 Отбрасывание информации и укрепление легитимного «статус кво».	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий
9.		2		-	Тема 10. Социальный конструктивизм и теории медиареальности	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий
10.		2		-	Тема 12. Масс-медиа и социоанализ (П. Бурдьё.П. Шампань и др.):	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий
11.		2		-	Тема 13. Теории медиаэффектов	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий
12.		2		-	Тема 14 Теория информационного дефицита (Г. Донахью, С. Олиен, П. Тиченор):	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий
13.		2		-	Тема 15. Теория «удовлетворения потребностей» (Э. Кац)	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий
14.		2		-	Тема 16. Теория публичных арен (Ч. Боск, С. Хилгартен,	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий
15.		2		-	Тема 17. Интернет, виртуальная реальность и «новые медиа»: подходы к осмыслению	Повторение лекционного материала для выполнения практических заданий
16.		27				Подготовка к экзамену
Итого		57	х	х		

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

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

– визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);

- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

7.1 Методические указания для выполнения контрольных работ

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

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.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1. Текущая аттестация		
1.1	Задание 1 по разделу: «Понятие и сущность теорий массовой коммуникации»	10
1.2	Задание 2 по разделу: «Парадигмы виды и уровни коммуникации в современном кинематографе»	10
1.3.	Ролевая игра: четыре теории прессы»	5
1.4	Кейс задача: определение модели печатного издания	5
ИТОГО за первую текущую аттестацию		30
2- текущая аттестация		
2.1	Кейс задача «Определение соответствия печатного издания теории социальной ответственности журналистики»	10
2.2	Кейс задача: Определение соответствия печатного издания «коммунистической» теории журналистики	10
	Коллоквиум	5
2.3	Дискуссия	5
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		30
3-я текущая аттестация		
3.1	Диспут	10
3.2	Круглый стол	10
3.3	Проект «Теории МК»	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. Современные 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 ВПО УГНТУ (г. Уфа);
 Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
 ЭБС «Прспект»;
 ЭБС «Консультант студент»,

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. 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 подготовке к практическим занятиям.

На практических занятиях обучающиеся выполняют практические задания в рамках изучаемой темы: принимают участие в дискуссии, демонстрируют тематические презентации, участвуют в деловой игре. Также возможен устный и письменный опросы обучающихся по пройденному материалу.

Для эффективной работы обучающиеся должны иметь на практическом занятии конспекты лекций.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по направлениям магистратуры, всех форм обучения / сост. М.Л. Белоножко, С.С. Ситёва; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019 – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Теория массовых коммуникаций

Код, направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Программа: Рекламный медиа-бизнес

Код и наименование компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	3	4	5	6	7
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1 З.1. Знать. Методы описания сути проблемной ситуации	Не знает методы описания сути проблемной ситуации	Частично знает методы описания сути проблемной ситуации	Хорошо знает методы описания сути проблемной ситуации	Знает в полном объеме методы описания сути проблемной ситуации
	УК-1 У.1. Уметь. Выявление составляющих проблемной ситуации и связей между ними	Не умеет выявлять составляющие проблемной ситуации и связи между ними	выявлять составляющие проблемной ситуации и связи между ними, но испытывает затруднения	Хорошо умеет выявлять составляющие проблемной ситуации и связи между ними, но допускает несущественные ошибки	В совершенстве умеет выявлять составляющие проблемной ситуации и связи между ними
	УК-1 В.1. Владеть. Выбор методов критического анализа, адекватных проблемной ситуации	Не владеет навыками выбора методов критического анализа, адекватных проблемной ситуации	Владеет навыками выбора методов критического анализа, адекватных проблемной ситуации, но испытывает затруднения	Хорошо владеет навыками выбора методов критического анализа, адекватных проблемной ситуации, но допускает несущественные ошибки	В совершенстве владеет навыками выбора методов критического анализа, адекватных проблемной ситуации
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы ау-	ОПК-4. 3.4.1. Знать. Маркетинговые технологии изучения аудитории	Не знает маркетинговые технологии изучения аудитории	Частично знает маркетинговые технологии изучения	Хорошо знает маркетинговые технологии изучения	Знает в полном объеме маркетинговые технологии изучения

<p>дитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиа-тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>рии</p> <p>ОПК-4. У.4.1. Уметь. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p>	<p>Не может интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p>	<p>Частично интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p>	<p>Хорошо интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p>	<p>В полном объеме интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p>
	<p>ОПК-4. В.4.1. Владеть. Организацией процесса изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Не владеет организацией процесса изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Частично владеет Организацией процесса изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Хорошо владеет организацией процесса изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>	<p>В полной мере владеет организацией процесса изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>

**КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ УЧЕБНОЙ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЙ
ЛИТЕРАТУРОЙ**

Учебная дисциплина Теория массовых коммуникаций

Направление 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль Рекламный медиабизнес

Фактическая обеспеченность дисциплины учебной и учебно-методической литературой

№	Название учебной и учебно-методической литературы, автор, издательство	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1.	Гавра, Дмитрий Петрович. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата [Текст] : Учебник / Д. П. Гавра. - 2-е изд., испр. и доп. - Электрон.дан.сол. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 231 с.	ЭР	15	100	+
2.	Голуб, О. Ю. Теория коммуникации [Электронный ресурс] : учебник / Голуб О. Ю. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016	ЭР	15	100	+
3.	Гавра, Дмитрий Петрович. Основы теории коммуникации [Текст] : Учебник / Д. П. Гавра. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 282 с.	ЭР	15	+	+
4.	Венедиктова, Татьяна Дмитриевна. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата [Текст] : Учебник и практикум / Т. Д. Венедиктова. - Электрон.дан.сол. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 193 с.	ЭР	15	+	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножка

Директор БИК _____

 Д.Х. Каюкова

**Дополнения и изменения
к рабочей программе дисциплины
Теория массовых коммуникаций
на 2023 - 2024 учебный год**

С учётом развития науки, практики, технологий и социальной сферы, а также результатов мониторинга потребностей работодателей, в рабочую программу вносятся следующие дополнения (изменения):

№	Вид дополнений/изменений	Содержание дополнений/изменений, вносимых в рабочую программу
1	Актуализация современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем	<p>Изложить п.9.2 в следующей редакции: 9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ http://webirbis.tsogu.ru/ – Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — https://www.iprbookshop.ru/ – Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru – Электронно-библиотечная система «Лань» https://e.lanbook.com – Образовательная платформа ЮРАЙТ www.urait.ru – Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU http://www.elibrary.ru – Национальная электронная библиотека (НЭБ) – Библиотеки нефтяных вузов России : – Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина http://elib.gubkin.ru/, – Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета http://bibl.rusoil.net/ , – Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ http://lib.ugtu.net/books – Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив» – ЭКБСОН - информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки

Дополнения и изменения внес:

профессор кафедры МиМУ, д.пед.н.



В.Л. Моложавенко

Дополнения (изменения) в рабочую программу рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Заведующий кафедрой
«15» мая 2023 г.



М.Л. Белоножко