

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

16 июня 2022 г., протокол УС №6

МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН

Теория и практика массовой информации рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии	
Учебный план	b420301-ССО-22-2.plx 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	очная	
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах: экзамены 4
в том числе:		
аудиторные занятия	64	
самостоятельная работа	44	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя 17 2/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	44	44	44	44
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

доцент, Зав.к., Родермель Т.А. ;ст. преподаватель, Ганеева Л.Д.

Рабочая программа дисциплины

Теория и практика массовой информации

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 16.06.2022 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой к.филос.н., доцент Родермель Т.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	дать студентам современные базовые знания теории и практики массовой информации; раскрыть место и роль средств массовой информации в жизни современного общества и социальном управлении; изучить системные характеристики современных российских и зарубежных СМИ; показать роль и место массовой информации, СМИ в системе современной коммуникации, и, прежде всего, в практике связей с общественностью; привить навыки коммуникационной культуры и безопасности в социальных медиа и медиаконвергентных СМИ.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.04
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Введение в профессиональную деятельность
2.1.2	Всеобщая история
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Основы проектирования в профессиональной деятельности
2.2.2	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (бизнес-планирование)
2.2.3	Психология массовых коммуникаций
2.2.4	Дизайн в средствах массовых коммуникаций

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-5.1: Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и эти-ческих норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и меха-низмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы

ОПК-7.1: Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основные информационно-коммуникационные технологии и основные требования информационной безопасности;
3.1.2	типологию СМИ, взаимодействие их с властными и общественными структурами;
3.1.3	творческую и техническую сторону организации работы журналиста;
3.1.4	принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия, правила информационной безопасности в рамках профессиональной деятельности журналиста и специалиста по связям с общественность.
3.2	Уметь:
3.2.1	решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры;
3.2.2	создавать журналистские тексты, организовывать и проводить журналистские мероприятия;
3.2.3	взаимодействовать в пресс-службами организаций и предприятий;
3.2.4	характеризовать суть и особенности развития журналистики и медиаконвергенции;
3.2.5	осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и ССО с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования коммуникационных систем.
3.3	Владеть:
3.3.1	культурой применения информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности;
3.3.2	профессиональной этикой и культурой общения журналиста с профессиональной и широкой общественностью;

3.3.3	нормами служебной этики журналиста; формами сотрудничества отделов по связям с общественностью с редакционными коллективами;
3.3.4	навыками мониторинга контента.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Журналистика и массовая информация в системе жизни общества					
1.1	Журналистика и массовая информация в системе жизни общества /Лек/	4	12	ОПК-5.1	Л1.1 Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э3 Э6	
1.2	Журналистика и массовая информация в системе жизни общества /Пр/	4	8	ОПК-5.1	Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.4 Э3 Э4 Э7	
1.3	Журналистика и массовая информация в системе жизни общества /Ср/	4	10	ОПК-5.1	Л1.1 Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.3 Э1	
	Раздел 2. Жанровая система журналистики и массовой информации					
2.1	Жанровая система журналистики и массовой информации /Лек/	4	12	ОПК-5.1 ОПК-5.2	Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3Л3.2 Э2 Э3	
2.2	Жанровая система журналистики и массовой информации /Пр/	4	8	ОПК-5.1 ОПК-5.2	Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.3 Э3 Э5	
2.3	Жанровая система журналистики и массовой информации /Ср/	4	12	ОПК-5.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.4 Э1 Э4 Э7	
	Раздел 3. Экономика средств массовой информации					
3.1	Экономика средств массовой информации /Лек/	4	4	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-7.1	Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.2 Э4 Э5	
3.2	Экономика средств массовой информации /Пр/	4	8	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-7.1	Л1.1 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4Л3.1 Э3	
3.3	Экономика средств массовой информации /Ср/	4	10	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-7.1	Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3	
	Раздел 4. Управление массовой информацией и СМИ					

4.1	Управление массовой информацией и СМИ /Лек/	4	4	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э6 Э7	
4.2	Управление массовой информацией и СМИ /Пр/	4	8	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-7.1	Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э3 Э4	
4.3	Управление массовой информацией и СМИ /Ср/	4	12	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э3 Э4	
4.4	/Контр.раб./	4	32	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-7.1	Л1.1 Л1.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
4.5	/Экзамен/	4	4		Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

представлено отдельным документом

5.2. Темы письменных работ

представлено отдельным документом

5.3. Фонд оценочных средств

представлено отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Аксенова О. Н., Меликян С. В., Швец Е. В.	Теория и практика массовой информации: Учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»	Воронеж: Воронежский государственный архитектурно- строительный университет, ЭБС АСВ, 2017, электронный ресурс	1
Л1.2	Набокова Л.С., Ноздренко Е.А.	Теория и практика массовой информации: ВО - Бакалавриат	Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2016, электронный ресурс	1
Л1.3	Аксенова, О. Н., Меликян, С. В., Швец, Е. В.	Теория и практика массовой информации: учебное пособие	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021, электронный ресурс	1

6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Киселёв А.Г.	Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть: учебник	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015, электронный ресурс	1
Л2.2	Марков А. А., Молчанова О. И., Полякова Н. В.	Теория и практика массовой информации: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016, электронный ресурс	1
Л2.3	Маркасов М.Ю.	Теория и практика массовой информации: учебно-методическое пособие	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016, электронный ресурс	1
Л2.4	Шарков Ф. И., Силкин В.В.	Коммуникология: теория и практика массовой информации: Учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017, электронный ресурс	1
Л2.5	Марков А. А., Молчанова О. И.	Теория и практика массовой информации: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016, электронный ресурс	1
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Маркасов М. Ю.	Теория и практика массовой информации: Учебно-методический комплекс	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016, электронный ресурс	1
Л3.2	Кошлякова М.О.	Учебно-методическая документация по дисциплине ОПД.Ф.09 "Теория и практика массовой информации" для специальности 030602.65 - "Связи с общественностью"	, , http://znanium.com/go.php?id=364721	1
Л3.3	Аксенова О. Н., Меликян С. В., Швец Е. В.	Теория и практика массовой информации: Учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»	Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017, электронный ресурс	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛЗ.4	Киселёв А. Г.	Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»	Москва: ЮНИ ТИ-ДАНА, 2017, электронный ресурс	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	портал психологических изданий http://psyjournals.ru/			
Э2	каталог бесплатных авторефератов и диссертаций (психологические науки) http://www.dslib.net/free/psixologia.html			
Э3	БД Сургутский Государственный университет «Книги» http://www.lib.surgu.ru/abis.php			
Э4	«Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественностью http://www.press-service.ru			
Э5	Конкурс на получение премии в области связей с общественностью http://www.pr-proba.ru			
Э6	РАСО. Российская ассоциация по связям с общественностью http://www.raso.ru/			
Э7	Федеральный закон «О рекламе» http://www.consultant.ru/popular/advert/			

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office			
---------	--	--	--	--

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/			
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования - компьютер, проектор, проекционный экран, компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду. Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации.			
-----	---	--	--	--