

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)
Новороссийский филиал
Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»**

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала

«31» марта 2022



Стрижак М.С.

Медиа-компетентность в современном обществе

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью» профиль «Интегрированные коммуникации»

Новороссийск 2022

Составитель: Стрижак М.С. Медиа-компетентность в современном обществе: Рабочая программа дисциплины для бакалавров, обучающихся по направлениям подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, ОП Реклама и связи с общественностью. – Новороссийск: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2022. – 25 с.

Программа дисциплины «Медиа-компетентность в современном обществе» предназначена для эффективной организации учебного процесса и включает содержание дисциплины, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины, фонд оценочных средств для промежуточной аттестации, методические указания по освоению дисциплины, описание материально-технической базы.

Содержание рабочей программы дисциплины

1. Наименование дисциплины	4
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.....	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	6
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....	6
5.1. Содержание дисциплины.....	7
5.2. Учебно-тематический план.....	7
5.3. Содержание семинаров, практических занятий.....	7
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	9
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	10
7. Перечень примерных вопросов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	12
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	14
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	15
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	15
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	17
11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения.....	17
11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	17
11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации.....	17
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	18
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной	

1. Наименование дисциплины

«Медиа-компетентность в современном обществе»

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В совокупности с другими дисциплинами Цикла профиля (элективный) для направления подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, ОП Реклама и связи с общественностью дисциплина «Медиа-компетентность в современном обществе» обеспечивает формирование следующих компетенций: ОПК-1, ОПК-7.

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторам и достижения компетенции
<u>ОПК-1</u>	Способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	1. Создает медиатексты в письменной, аудиальной, визуальной форме в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем 2. Корректирует созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать нормы русского и иностранного языков; Уметь оформлять тексты письменной, аудиальной и визуальной форме Знать структуру коммуникационных продуктов; Уметь вносить стилистические правки, в соответствии с нормами русского и иностранного языков
<u>ОПК-7</u>	Способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной	1. Учитывает индивидуальную и коллективную ответственность перед обществом за результаты профессионально	Знать правовые и моральные нормы в контексте профессиональной деятельности; Уметь выстраивать стратегию социальной ответственности

	ответственности	й деятельности в соответствии с существующими правовыми и моральными нормами	
		2. Следует кодексу профессиональной этики, регулирующего способы достижения целей социально одобряемыми методами	Знать профессиональные этические кодексы; Уметь реализовывать профессиональную деятельность в рамках существующей профессиональной этики, принятой на уровне кодексов

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиа-компетентность в современном обществе» входит в Цикл профиля (элективный) для направления подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, ОП Реклама и связи с общественностью.

4. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)

Таблица 1

очная форма обучения

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, ОП Реклама и связи с общественностью.

Вид учебной работы	Всего 4 (в з.е. и часах)	Семестр (модуль) 4 (в час.)
Общая трудоемкость дисциплины	144	144
Контактная работа- Аудиторные занятия	50	50
<i>Лекционные</i>	<i>16</i>	<i>16</i>
<i>Практические и семинарские занятия</i>	<i>34</i>	<i>34</i>
Самостоятельная работа	94	94
<i>Форма текущего контроля</i>	<i>Эссе</i>	<i>Эссе</i>
<i>Вид промежуточной аттестации</i>	<i>экзамен</i>	<i>экзамен</i>

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Социально-политические аспекты существования медиа

Особенности функционирования средств массовой информации в политической системе общества. Роль журналистики в общественной в управлении общественной жизнью. Институциональные признаки и функции печати, телевидения и радиовещания. Региональные аспекты в деятельности печатных и электронных средств массовой информации.

Тема 2. Массмедиа и массово-коммуникационная деятельность

Влияние средств массовой информации на формирование и изменение массового сознания и общественного мнения. Роль современных коммуникационных процессов, происходящих в обществе в сфере экономики, политики, культуры, как элемента системы социального и экономического управления.

Социальные проблемы, вызванные специфическим воздействием средств массовых коммуникаций на индивидов и общество. Трансформация массмедиа и целевой аудитории в движении социума к постсовременности. Модель коммуникации между производителями информации и реципиентами.

Тема 3. Экономические аспекты функционирования массмедиа

Теория журналистики и экономики. Определение медиаэкономики, ее предмета и объекта. Область исследований медиаэкономики. Функции медиаэкономики. Место медиасистемы в народном хозяйстве как инфраструктурного элемента.

Организационные формы и механизмы функционирования СМИ. Основы редакционного менеджмента и навыки самостоятельного анализа экономической ситуации на рынке СМИ.

Принципы формирования деловой политики средств массовой информации как субъектов информационного рынка.

Тема 4. Система средств массовой информации и коммуникации: история и современность

Ситуационный анализ (диагностический этап). Цели рекламной кампании. Целевая аудитория. Бюджет рекламной кампании. Рекламные средства и носители рекламы. Разработка рекламного сообщения. Термин «экономическая журналистика». Теоретические и практические проблемы исследований и обучения будущих журналистов для работы в сфере экономической журналистики.

Тема 5. Медиасистема региона

Региональная медиасистема как совокупность различных видов средств массовой информации.

Медиа-системы современных городов-миллионников в контексте основных демографических, экономических и социокультурных характеристик регионов и внутрисистемных медийных характеристик печатных изданий.

Региональная специфика автономных дискурсных полей. Концепции регионалистики, связанные с изучением обусловленности региональных медиадискурсов типом медиатизации того или иного региона.

5.2. Учебно-тематический план

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, ОП Реклама и связи с общественностью.

Очная форма обучения

Таблица 2

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Трудоемкость в час.					С/р	Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа					
			Общая	Лекции	Се м.	Занятия в интерактивных формах		
1.	Тема 1. Социально-политические аспекты существования медиа	26	8	2	6	4	18	Доклады Научная дискуссия
2.	Тема 2. Массмедиа и массово-коммуникационная деятельность	29	10	3	7	4	19	Доклады Научная дискуссия
3.	Тема 3. Экономические аспекты функционирования массмедиа	29	10	3	7	4	19	Доклады Опрос Научная дискуссия
4.	Тема 4. Система средств массовой информации и коммуникации: история и современность	30	11	4	7	4	19	Доклады Опрос Научная дискуссия
5.	Тема 5. Медиасистема региона	30	11	4	7	4	19	Доклады Опрос Научная дискуссия
	Итого:	144	50	16	34	20	94	
	Итого в %					40 %		

5.3. Содержание практических и семинарских занятий

Таблица 3

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях,	Форма проведения
-------	------------------------------	---	------------------

		рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	
1	Тема 1. Социально-политические аспекты существования медиа	<p>1. Дайте определение «информация», «медиа», «массовая информация».</p> <p>2. Социально-экономические и политические предпосылки становления СМИ.</p> <p>3. Функции и структура СМИ.</p> <p>4. СМИ как медиасистема, ее основные факторы развития.</p> <p>5. Влияет ли географическое положение страны и ее национальные особенности на развитие медиасистемы?</p> <p>6. Правомерно ли определять в качестве факторов развития медиасистемы административно-территориальное устройство, политические традиции, культуру и менталитет?</p> <p>Рекомендуемые источники:</p>	Презентация индивидуальных заданий, их обсуждение. Научная дискуссия.
2	Тема 2. Массмедиа и массово-коммуникационная деятельность	<p>1. Какие виды медиа бывают?</p> <p>2. Чем отличается СМИ от массмедиа?</p> <p>3. Структура массмедиа.</p> <p>4. Назовите признаки и черты массмедиа.</p> <p>5. Как массмедиа влияет на аудиторию?</p> <p>6. Опишите основные направления коммуникационного процесса.</p> <p>7. С чем связаны трудности изучения феномена массовой коммуникации?</p> <p>8. Перечислите основные условия осуществления и развития коммуникации.</p> <p>9. Опишите основные особенности массово-коммуникационной деятельности.</p> <p>Рекомендуемые источники:</p>	Презентация индивидуальных заданий, их обсуждение. Научная дискуссия.
3	Тема 3. Экономические аспекты функционирования массмедиа	<p>1. Медиаиндустрия в экономике России.</p> <p>2. Экономические особенности телевидения как индустрии.</p> <p>3. Общественное телерадиовещание: организация, финансирование.</p> <p>4. Экономические принципы редакционной деятельности.</p> <p>Рекомендуемые источники:</p>	Устный опрос. Презентация индивидуальных заданий, их обсуждение. Научная дискуссия.

4	Тема 4. Система средств массовой информации и коммуникации: история и современность	1. Пражурналистские явления и ранние этапы развития прессы. 2. Основные тенденции развития зарубежных СМИ. 3. Характеристика развития прессы в России в XIX-XX вв. 4. Особенности системы СМИ советского периода. 5. Функции СМИ и их реализация современными медиа. 6. Проблемы и перспективы развития современных СМИ: телевидение, радио, печать. Рекомендуемые источники:	Устный опрос. Презентация индивидуальных заданий, их обсуждение. Научная дискуссия.
5	Тема 5. Медиа система региона	1. Региональная медиа система как часть национальной и как самостоятельная система. 2. Печать Краснодарского края в советское время. 3. Возникновение радио и телевидения, их развитие в советское время в Краснодарском крае. 4. Формирование современного медиарынка. 5. Информационные агентства Краснодарского края. 6. Корпоративные СМИ Краснодарского края. 7. Специализированные, рекламные, бесплатные региональные газеты и журналы. 8. Наиболее известные журналисты Краснодарского края. 9. Анализ местных медиатекстов разных видов и жанров СМИ. Рекомендуемые источники:	Устный опрос. Презентация индивидуальных заданий, их обсуждение. Научная дискуссия. Решение ситуационных задач.

6. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
1.	Тема 1. Социально-политические аспекты существования медиа	Социально-политические аспекты существования медиа на	Изучение основных вопросов данной темы. Работа с учебной литературой.

		Западе.	Сбор и анализ необходимой информации для написания реферата.
2.	Тема 2. Массмедиа и массово-коммуникационная деятельность	Отличие массово-коммуникационной деятельности России от других стран.	Изучение основных вопросов данной темы. Работа с учебной литературой. Сбор и анализ необходимой информации для написания реферата.
3.	Тема 3. Экономические аспекты функционирования массмедиа	Медиаиндустрия в экономике США, Германии, Франции, Японии, Китая.	Изучение основных вопросов данной темы. Работа с учебной литературой. Сбор и анализ необходимой информации для написания реферата.
4.	Тема 4. Система средств массовой информации и коммуникации: история и современность	Проблемы и перспективы развития СМИ в истории и современности Азии.	Изучение основных вопросов данной темы. Работа с учебной литературой. Сбор и анализ необходимой информации для написания реферата.
5.	Тема 5. Медиасистема региона	Анализ медиасистемы города Новороссийска.	Изучение основных вопросов данной темы. Работа с учебной литературой. Сбор и анализ необходимой информации для написания реферата.

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерные задания для контрольной работы:

Вариант 1.

1. Кратко опишите основные этапы в развитии медиаобразования.
2. Приведите пример 1-2 программ формирования медиакомпетентности.
3. Назовите социально-психологические функции медиа в современном обществе и приведите примеры.

Вариант 2.

1. Раскройте смысл понятий «информационно – психологическая безопасность личности», «медиаиммунитет», «информационный менталитет».
2. Назовите принципы, подходы и методы медиапсихологии.
3. Проанализируйте медиакультуру как социально-психологический феномен. Обозначьте ваши социальные представления о медиакультуре.

Вариант 3.

1. Охарактеризуйте формы проведения медиаобразовательных занятий.

2. Перспективные направления медиапсихологических исследований.

Вариант 4.

1. Опишите наиболее известные концепции медиаобразования и перечислите направления современного медиаобразования.
2. Роль и функции культурно-психологической компетентности в процессе осуществления медиакommunikативного взаимодействия.
3. Распишите процесс продвижения медиапроектов как социально – психологический феномен. Приведите конкретный пример.

Вариант 5.

1. Приведите 1-2 примера использования медиаобразовательных технологий на практике.
2. Проведите анализ программ формирования медиакомпетентности..

Вариант 6.

1. Проанализируйте связь компетентности и психологической культуры личности.
2. Разработайте элементы фирменного стиля для различных акций социального характера.

Вариант 7.

1. Разграничьте понятия «медиакоммуникативная компетентность», «медиаграмотность», «медиаобразованность», «медиазащищенность».
2. Разработайте рекомендации по развитию медиаиммунитета личности.

Вариант 8.

1. Раскройте смысл понятия «медиаиммунитет».
2. Предмет, задачи и принципы медиапсихологии. Взаимосвязь медиапсихологии с другими науками.

Вариант 9.

1. Назовите критерии и показатели медиакомпетентности.
2. Современное состояние медиапсихологических исследований и процесс их развития.
3. Проанализируйте психологические особенности интернет-культуры, объясните с чем это связано.

Вариант 10.

1. Раскройте смысл понятия «культурно-психологическая компетентность» и ее роль в повышении эффективности медиаобразования.
2. Назовите методы медиапсихологии и приведите по одному примеру для каждого метода.

Вопросы для самостоятельной работы обучающегося:

1. Медиакомпетентность личности: от терминологии – к показателям.
2. Профессиональная медиакомпетентность современного педагога: классификация показателей.
3. Развитие критического мышления в медиаобразовании: основные понятия.

4. Сравнительный анализ медиаобразовательных моделей.
5. Модель развития медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза на занятиях медиаобразовательного цикла.
6. Технология развития медиакомпетентности и критического творческого мышления в процессе медиаобразования студентов: общие подходы.
7. Обучение критическому анализу медиатекстов и процессов функционирования медиа в социуме.
8. Контент-анализ процессов функционирования медиа в социуме и медиатекстов.
9. Структурный анализ процессов функционирования медиа в социуме и медиатекстов.
10. Анализ медийных стереотипов.
11. Анализ культурной мифологии медиатекстов.
12. Анализ персонажей медиатекстов.

7. Перечень примерных вопросов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Примерные тесты по дисциплине:

Вопрос №1. Что такое информационное общество?

Варианты ответов:

1. Общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации, особенно высшей её формы — знаний;

2. Общество, при котором информация, найденная в ходе работ по удовлетворению информационных потребностей пользователя и представленная в виде удобном для потребителя;

3. Общество, в котором большинство работающих занято производством информации.

Вопрос №2. Определение медиапространства:

Варианты ответов:

1. Совокупность результатов семантической деятельности человечества;

2. — это электронное окружение, в котором отдельные люди или их группы и другие сообщества могут действовать вместе в одно и то же время;

3. Совокупность всех информационных ресурсов, доступных посредством сети Интернет.

Вопрос №3. Что из перечисленного не входит в понятие новые медиа?

Варианты ответов:

1. Видеопрограммы;

2. Интернет;

3. Цифровые носители.

Вопрос №4. Кто является автором книги: «Понимание Медиа: внешние расширения человека»?

Варианты ответов:

1. С. Финкельстайн;

2. Гарольд Иннис;

3. М. Маклюэн.

Вопрос №5. В каком году впервые использовался термин «постправда»?

Варианты ответов:

1. 1995;
2. 1992;
3. 2002.

Вопрос №6. В Пузырь фильтров – это понятие было разработано интернет-активистом...

Варианты ответов:

1. Илаем Парайзером;
2. Дэвидом Эндрюсом;
3. Алексеем Ковалёвым.

Вопрос №7. Что подразумевается под значением слова фейк?

Варианты ответов:

1. Фальсифицируемость, принципиальная опровержимость утверждения;
2. Информационная мистификация или намеренное распространение дезинформации в социальных медиа и традиционных СМИ;
3. Продукт деятельности человека, попытка создать ложное впечатление и, соответственно подтолкнуть к желаемым действиям или бездействию.

Вопрос №8. Назовите слово, которое обозначает: совокупность мотивов, знаний, умений, способностей личности, способствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме.

Варианты ответов:

1. Медиакомпетентность;
2. Компетентность СМИ;
3. Коммуникация медийная.

Вопрос №9. Что такое информационная грамотность?

Варианты ответов:

1. Степень владения человеком навыками письма и чтения на родном языке.;
2. Умение формулировать информационную потребность, запрашивать, искать, отбирать, оценивать и перерабатывать информацию, в каком бы виде она ни была.;
3. Способность писать согласно установленным нормам грамматики и правописания.

Вопрос №10. Сколько законов медийной и информационной грамотности приняли в ЮНЕСКО?

Варианты ответов:

1. 3;
2. 5;
3. 6.

Вопросы к экзамену по дисциплине «Медиа-компетентность в современном обществе»:

1. Предмет, задачи и принципы медиапсихологии. Взаимосвязь медиапсихологии с другими науками.
2. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций.
3. Современное состояние медиапсихологических исследований.
4. Методы медиапсихологии.
5. История эмпирического изучения массмедиа. Теории и модели массовых коммуникаций.
6. Социально-психологические функции медиа в современном обществе.
7. Массмедиа и культура: эффекты взаимодействия.

8. Медиакультура как социально-психологический феномен. Социальные представления о медиакультуре
9. Психология медиакультуры в поликультурном мире. Теоретическая и практическая значимость исследования медиакультуры.
10. Перспективные направления изучения медиакультуры в рамках медиапсихологии.
11. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории. Теории и эффекты влияния СМИ на аудиторию.
12. Психологические основы функционирования медиа. Психологические методы воздействия массмедиа на аудиторию.
13. Продвижение медиапроектов как социально – психологический феномен.
14. Психология восприятия медиапродукции массмедиа и отношения личности к медиапродуктам.
15. Психология потребления медиапродукции
16. Типология аудитории. Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медикоммуникативного взаимодействия.
17. Психология медиакommunikативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории.
18. Влияние телевидения на когнитивное и эмоциональное развитие детей и молодежи. Эффекты телевидения.
19. Психологические особенности интернет-культуры.
20. Функции и типология эффектов воздействия Интернета.
21. Психологическое содержание понятия «виртуальная реальность». Аддитивные феномены в виртуальном пространстве.
22. Современные исследования в области медиапсихологии.
23. Медиаобразование как проблема медиапсихологии. Цели, задачи и направления медиаобразования.
24. Зарубежные и отечественные концепции медиаобразования
25. Роль медиаобразовательных стратегий и технологий в оптимизации взаимодействия СМИ и молодежной аудитории.
26. Медиаиммунитет личности: структура и функции.
27. Роль компетентности и психологической культуры личности в современном мире информации.
28. Медиакомпетентность: структура, критерии и функции.
29. Медиакомпетентность как форма и компонент формирования культурно-психологической компетентности личности.
30. Применение медиаобразовательных технологий на практике. Программы формирования медиакомпетентности.

Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной представлены в Приложении 1.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/518357> (дата обращения: 07.12.2022).

2. Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/493657> (дата обращения: 07.12.2022).

Дополнительная:

1. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022 ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9861-0 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-7996-1876-6 (Изд-во Урал. ун-та). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/492171> (дата обращения: 07.12.2022).

2. Основы рекламы и связей с общественностью : учебное пособие для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/509469> (дата обращения: 07.12.2022).

3. Куличкина, Г. В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа : учебное пособие для вузов / Г. В. Куличкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07954-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/516689> (дата обращения: 07.12.2022).

4. Шапцев, В. А. Теория информации. Теоретические основы создания информационного общества : учебное пособие для вузов / В. А. Шапцев, Ю. В. Бидуля. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02989-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/490739> (дата обращения: 07.12.2022).

5. Кольшикина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшикина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/517296> (дата обращения: 12.12.2022).

9. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Научная электронная библиотека URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
2. Библиотечно-информационный комплекс Финансового университета при Правительстве РФ. Адрес: <http://library.fa.ru>
3. Образовательный портал Финансового университета при Правительстве РФ. Адрес: <http://www.fa.ru/Pages/home.aspx> Доступ по логину и паролю.
4. Федеральная ЭБС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». Адрес: <http://window.edu.ru> Свободный доступ.
5. www.pr-dialog.com «PR-Диалог». Специализированное издание по связям с общественностью
6. www.prjournal.ru «PR в России». Ежемесячный профессиональный журнал о сценариях и технологиях современного PR. В журнале освещаются как теоретические, так и практические вопросы связей с общественностью. Основная часть журнала посвящена практическим рекомендациям экспертов, методикам, примерам из практики.
7. www.prweek.com Международное издание по PR: новости, аналитика.
8. www.pronline.ru «PRonline». Информационный портал, посвященный проблемам PR, рекламы и маркетинга.

9. www.press-service.ru Журнал «Пресс-служба». Всероссийский специализированный журнал, ориентированный на пресс-секретарей, сотрудников пресс-служб, пресс-центров, PR-специалистов и всех, чья деятельность связана с информационной работой. Содержит информацию о том, как правильно организовать и провести пресс-конференцию, наладить работу пресс-службы, удачно реализовать PR-кампанию.

10. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [Электронный ресурс] : [сайт]. – Режим доступа: www.wciom.ru

11. Интернет-клуб связей с общественностью [Электронный ресурс] : сайт // PRtime. Бесплатный сервис пресс-релизов. – Режим доступа: http://www.prtime.ru/2007/08/01/internet_klub_svyazey_s_obshestvennostyu.html

12. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) [Электронный ресурс] : [сайт]. – Режим доступа: <https://www.raso.ru>

13. ФОМ. Фонд Общественное мнение [Электронный ресурс] : [сайт]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru>

14. Электронная библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.znaniy.com>

15. Электронная библиотечная система ЭБС Юрайт

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами самостоятельной учебной деятельности обучающихся по освоению дисциплины являются:

1) Предварительная подготовка к аудиторным занятиям (лекциям, семинарам, практическим занятиям). Такая подготовка предполагает изучение учебной программы дисциплины, установление связи с ранее полученными знаниями, выделение наиболее значимых и актуальных проблем, на изучение которых следует обратить особое внимание, подготовку сообщений и докладов по темам семинаров учебной дисциплины;

2) Самостоятельная работа при прослушивании лекций, осмысление учебной информации, сообщаемой преподавателем, ее обобщение и краткая запись, а также своевременная доработка конспектов лекций;

3) Подбор, изучение, анализ рекомендованных информационных источников по темам учебной дисциплины;

4) Выяснение наиболее сложных вопросов и их уточнение во время консультаций;

5) Выполнение контрольной работы, при этом необходимо использовать при подготовке работы нормативные документы Финансового университета;

6) Подготовка к экзамену.

7) Выполнение собственных научных исследований, участие в научных исследованиях, проводимых в масштабе кафедры, филиала или университета;

8) Систематическое изучение периодической печати, научных монографий, поиск и анализ дополнительной информации по учебной дисциплине.

Выполнение самостоятельных домашних заданий предполагают подготовку доклада для занятий, приводящихся в форме дискуссий, изучение материала для семинарских занятий и подбор материала для решения практических заданий. Самостоятельная работа по освоению дисциплины заключается в изучении и конспектировании дополнительной литературы, изучении законодательных и нормативных актов, выполнении заданий по исходным данным, предложенным преподавателем. Результаты самостоятельной работы оформляются в виде презентации и обсуждаются на практических занятиях. Работа выполняется с использованием текстового редактора MS WORD, MS EXCEL – для таблиц, диаграмм и т.д., MS PowerPoint – для подготовки слайдов и презентаций.

При подготовке к семинарскому занятию используется лекционный материал. Он является основой для подготовки студента к семинарским занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы. В соответствии с п.5.3 студентам необходимо осуществлять подготовку к семинарским занятиям. Быть готовыми к опросу, дискуссии, разбору конкретных ситуаций, решению задач. При подготовке к семинарскому занятию студенты должны изучить и законспектировать содержание дополнительной литературы, статей, книг, включающие в себя основные положения и их обоснование фактами, примерами и т.д.

Подготовка к дискуссии осуществляется студентами самостоятельно, при наличии задания, выданного преподавателем.

Подготовка контрольной работы осуществляется под методическим руководством преподавателя, ведущего семинарские занятия по дисциплине в соответствии с алгоритмом, представленным в п.7. Его оценка проводится в процессе текущего контроля успеваемости студентов.

Требования к выполнению:

- четкость и последовательность изложения материала;
- наличие обобщений и выводов, сделанных на основе изучения информационных источников по данной теме (в случае необходимости);
- правильность и в полном объеме решение имеющихся в задании практических задач;
- использование современных способов поиска, обработки и анализа информации;
- самостоятельность выполнения.

Объем работы - не более 6 страниц (без учета таблиц в приложении) машинописного текста (размер шрифта 14) через полуторный интервал на стандартных листах формата А-4, поля: верхнее –15 мм, нижнее –15мм, левое –25мм, правое –10мм. ДТЗ должен иметь титульный лист.

По вопросам, возникающим в процессе написания работы, студенту следует обращаться за консультацией преподавателю. Срок выполнения контрольной работы определяется преподавателем. Работа сдается не позднее, чем за неделю до экзамена.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

При осуществлении образовательного процесса обучающимися и профессорско-преподавательским составом используются: программное обеспечение, информационно-справочные системы, электронные библиотечные системы.

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Windows Microsoft office
2. Антивирусная защита ESET NOD32

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
- Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
- Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» <http://www.skrin.ru/>

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены.

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

Для осуществления образовательного процесса в рамках дисциплины необходимо наличие специальных помещений.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения лекций, семинарских и практических занятий, выполнения курсовых групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Проведение лекций и семинаров в рамках дисциплины осуществляется в помещениях:

- оснащенных демонстрационным оборудованием;
- оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»;
- обеспечивающих доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной

Учебная дисциплина: *Медиа-компетентность в современном обществе*

Компетенции:

ОПК-1 Способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-7 Способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Номер задания	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
1.	<i>Не буду открывать ссылку</i>	Вы получили сообщение: «Посмотри скорее!» и ссылка на видео. Какова ваша первая реакция?	ОПК-7
2.	<i>Поищу первоисточник</i>	Вдруг вы наткнулись на шокирующую новость. После прочтения, что вы сделаете?	ОПК-7
3.	<i>Полностью никому не доверяю</i>	Каким источникам новостей вы больше всего доверяете?	ОПК-7
4.	<i>Не делиться</i>	В социальных сетях опубликовывают фото нового военного флага той или иной страны. Делиться данной новостью?	ОПК-7
5.	<i>Способность понимать и использовать средства массовой информации ответственным и эффективным образом</i>	Каково определение медиакомпетентности? А. Способность понимать и использовать средства массовой информации ответственным и эффективным образом В. Способность создавать и управлять цифровым контентом С. Способность анализировать влияние СМИ на общество Д. Способность интерпретировать и оценивать сообщения СМИ	ОПК-1
6.	<i>Маркетолог, который специализируется на анализе данных о настроениях клиентов</i>	Что является примером профессионального текста-сентимента? А. Журналист, который специализируется на написании материалов, выражающих мнение В. Редактор, который специализируется на создании цифрового контента для веб-сайтов	ОПК-1

Номер задания	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
		С. Маркетолог, который специализируется на анализе данных о настроениях клиентов Д. Специалист по связям с общественностью, который специализируется на подготовке пресс-релизов	
7.	<i>Слово</i>	Что является главным «инструментом» журналиста? 1.Слово 2.Графическая информация 3.Звуковая информация	ОПК-1
8.	<i>Оперативно-новостному</i>	К какому жанру относится заметка? 1.Оперативно-новостному 2.Исследовательско-новостному 3.Оперативно-образному	ОПК-1
9.	<i>Статье</i>	Чаще всего к монологической форме подачи информации журналисты прибегают в: 1.Очерке 2.Интервью 3.Статье	ОПК-1
10.	<i>«Ведомости»</i>	Как называлась первая в России печатная газета?	ОПК-1
11.	<i>Актуальность, периодичность, публичность, универсальность</i>	Укажите основные отличительные черты газеты, которые выделяют ее среди прочих печатных изданий.	ОПК-1, ОПК-7
12.	<i>Газеты, журналы и другие периодические издания, информация в которых основана на сплетнях и слухах</i>	Желтая пресса – это:	ОПК-1
13.	<i>Отчет</i>	Информационное сообщение, освещающее мероприятие или событие – это:	ОПК-1
14.	<i>Четвертной ветвью власти</i>	Журналистика образно называется: 1.Четвертной ветвью власти	ОПК-1

Номер задания	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
		2.Серым кардиналом власти 3.Рупором общественного мнения	
15.	13 января	Когда в России отмечается День свободной прессы?	ОПК-1
16.	Репортаж	Анкетирование – это способ сбора информации, который используется в жанре: 1.Рецензия 2.Обозрение 3.Репортаж	ОПК-1
17.	49	Закон РФ «О СМИ» определяет обязанности журналиста в ... статье. 1.15 2.49 3.109	ОПК-1
18.	20% объема вещания	Объем рекламы в теле- и радиоэфире не должен превышать: 1.20% объема вещания 2.30% объема вещания 3.35% объема вещания	ОПК-1
19.	Главный редактор дал разрешение на выход в свет или эфир	Укажите условие, при котором допускается распространение продукции СМИ. 1.Издание или передача полностью сформированы 2.Главный редактор дал разрешение на выход в свет или эфир 3.Административные органы выдали соответствующее разрешение	ОПК-7
20.	Функционально-информативной	Какой идеологической модели СМИ не существует? 1.Функционально-информативной 2.Авторитарно-технократической 3.Гуманитарной	ОПК-7, ОПК-1
21.	Общепризнанность и общедоступность	Укажите свойство массовой информации. 1.Общепризнанность и общедоступность 2.Исходит лишь от профессиональных журналистов 3.Не ориентируется на широкую аудиторию	ОПК-1
22.	Унижения чести, достоинства, деловой	Чаще всего против журналистов подают иски за: 1.Пропаганды экстремизма	ОПК-1, ОПК-7

Номер задания	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
	<i>репутации и клеветы</i>	2.Необъективной подачи информации 3.Унижения чести, достоинства, деловой репутации и клеветы	
23.	<i>Текст, который был создан журналистом, а затем отредактирован и выпущен конкретным СМИ</i>	Потенциальная информация – это:	ОПК-1
24.	<i>Семантика текста</i>	Характер отношений текста с действительностью (что и как было отображено) – это:	ОПК-1
25.	<i>Насколько текст прост и понятен для восприятия</i>	Что означает свойство декодируемости текста?	ОПК-1
26.	<i>Гуманитарную</i>	Качественная, глубокая, авторская, личностная: какую идеологическую модель СМИ описывают эти слова? 1.Функционально-информационную 2.Авторитарно-технократическую 3.Гуманитарную	ОПК-1
27.	<i>Призывать к употреблению этих напитков; демонстрировать их употребление</i>	Ролики, рекламирующие алкоголь, не должны: 1.Призывать к употреблению этих напитков; демонстрировать их употребление 2.Содержать конкретные наименования напитков 3.Размещаться в местах употребления этих напитков; демонстрировать их употребление	ОПК-7
28.	<i>Пресс-релиз</i>	Выпуск с подборками актуальных материалов различного вида, подготовленный пресс-службой – это:	ОПК-1
29.	<i>Информационная политика</i>	Совокупность взаимосвязанных действий, которые направлены на создание условий получения гражданами информации, удовлетворяющей их базовые потребности и интересы – это:	ОПК-1
30.	<i>да</i>	Реклама изначально являлась одной из постоянных рубрик?	ОПК-1
31.	<i>сообщение в любом виде</i>	Медиатекст - это...	ОПК-1

Номер задания	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
	<i>и жанре медиа</i>		
32.	<i>Многостраничный текст</i>	Какой из этих типов текста не относится к функционально-жанровому медиатексту? 1.Новости 2.Информационная аналитика и комментарий 3.Текст-очерк 4.Многостраничный текст	ОПК-1
33.	<i>Тематический материал</i>	К Текстам группы “features” относится... 1.Тематический материал 2.Официально-деловой текст 3.Научный текст 4.Художественный текст	ОПК-1, ОПК-7
34.	<i>Информация, одновременно представленная в нескольких видах</i>	Мультимедийная информация - это...	ОПК-1
35.	<i>Это совокупность факторов и элементов, воздействующих на организм в месте его обитания</i>	Что не является Медiasредой? 1.Совокупность условий, в контексте которых функционирует медиакultura, 2.Пространство, в котором формируется, распространяется и воспроизводится с помощью массовых коммуникаций и СМИ культура информационного общества, 3.Это совокупность факторов и элементов, воздействующих на организм в месте его обитания.	ОПК-1, ОПК-7
36.	<i>Культура привилегированных социальных групп</i>	Элитарная культура это: 1.Культура привилегированных социальных групп 2.Культура, созданная гениальными людьми 3.Культура, популярная среди высших слоев общества	ОПК-1
37.	<i>Стирание культурных различий</i>	Основная характеристика культуры глобального общества: 1.Усиление культурных различий 2.Стирание культурных различий 3.Укрепление традиций и обычаев	ОПК-1, ОПК-7

Номер задания	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
38.	<i>Дождалась, пока президент отправится купаться нагишом, забрала его одежду и пообещала отдать, только когда он согласится на интервью</i>	Первой женщиной, которая взяла интервью у американского президента, стала Энн Роял. На дворе было начало XIX века, и добиться беседы с таким высокопоставленным лицом ей было непросто. На какой поступок пошла журналистка, чтобы написать текст?	ОПК-1, ОПК-7
39.	<i>Баррикады, оставшиеся после восстания рабочих в Париже</i>	Что было на первой фотографии, сопровождавшей журналистский материал? 1.Похоронная процессия британского монарха 2.Прядильная машина, которая ускорила производство ткани в пять раз 3.Баррикады, оставшиеся после восстания рабочих в Париже	ОПК-1
40.	<i>Правда</i>	Телевидение умрет без поддержки социальных медиа. Правда или ложь?	ОПК-1
41.	<i>Старые медиа: пресса, радио, телевидение, кинематограф. Новые медиа: компьютерные игры, Интернет, социальные сети.</i>	Перечислите известные вам медиа. Какие из них можно отнести к старым медиа, а какие к новым?	ОПК-1, ОПК-7
42.	<i>1,2,3</i>	С помощью которых приемов можно проверить достоверность информации в медиа? (возможно несколько ответов) 1) проверка наличия ссылок на источники информации; 2) решение вопроса о компетенции автора (статус, образование, другие работы); 3) проверка наличия аргументации информации (подтверждение фактами)	ОПК-1, ОПК-7
43.	<i>Интернет</i>	Сейчас самую большую роль в распространении произведений массовой культуры играет:	ОПК-1, ОПК-7
44.	<i>Газеты, журналы, радио, телевидение, интернет-блоги и т.д.,</i>	Средства массовой информации: 1)пресса, телевизионные новости, ток-шоу и т.д., разъясняющие происходящие события понятным языком	ОПК-1, ОПК-7

Номер задания	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
	<i>тиражируют информацию, оказывают регулярное воздействие на аудиторию и ориентированы на определенные группы людей</i>	2)реклама, мода, кино, массовая литература, не всегда регулярно воздействуют на аудиторию, ориентированы на усредненного потребителя 3)газеты, журналы, радио, телевидение, интернет-блоги и т.д., тиражируют информацию, оказывают регулярное воздействие на аудиторию и ориентированы на определенные группы людей	
45.	<i>Проигнорирую и не открою</i>	Вы получили сообщение: «Посмотри скорее!» и ссылка на источник или видео. Что вы сделаете ?	ОПК-1, ОПК-7
46.	<i>Сокращенный, адаптированный вариант медиатекста(ов).</i>	Что такое Дайджест ?	ОПК-1
47.	<i>владение навыками безопасного поведения в цифровой медиасреде</i>	Медиаграмотность – это...	ОПК-1, ОПК-7
48.	<i>повышение уровня медиаграмотности</i>	Цель медиаобразования - это	ОПК-1, ОПК-7
49.	<i>Технологические и информационно-аналитические</i>	На какие две группы можно разделить навыки медиаграмотного человека? 1.Технологические и информационно-аналитические 2.Экономические и юридические 3.Информационные и аналитические	ОПК-1
50.	<i>Более 8 часов</i>	Сколько времени среднестатистические россиянин сегодня проводит с медиа? (выберите максимально приближённый к верной цифре ответ) 1.Более 15 часов 2.Более 8 часов 3.Около получаса	ОПК-1, ОПК-7