



Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**  
(Финансовый университет)

**Новороссийский филиал**  
**Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»**



**Г.Э. Ирицян**

**Концепции и технологии современных медиа**

**Рабочая программа дисциплины**  
для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» очная форма обучения

Новороссийск 2022

## **Концепции и технологии современных медиа**

Рабочая программа дисциплины для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, ОП «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина «Концепции и технологии современных медиа» входит в общепрофессиональный цикл обязательной части Блока 1.

Рабочая программа дисциплины содержит перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, содержание дисциплины, тематику практических и семинарских занятий, формы их проведения, формы самостоятельной работы, систему оценивания и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Наименование дисциплины	5
2.	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	5
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
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	6
5.2	Учебно-тематический план	9
5.3	Содержание семинаров, практических занятий	12
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	17
7.	Перечень примерных вопросов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	23
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	29
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	30
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	32
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	34
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	35
	ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной	

## 1 . Наименование дисциплины

«Концепции и технологии современных медиа»

## 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
<b>ОПК-2</b>	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	1. Мониторит динамику развития общественных и государственных институтов для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудиторией	<b>знать:</b> основные принципы работы современных медиа; принципы взаимодействия государства и СМИ <b>уметь:</b> создавать информационный продукт с учетом особенностей различных СМИ
		2. Прогнозирует тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор их эволюции с помощью социально одобряемых технологий	<b>знать:</b> источники информации о развитии институтов общества <b>уметь:</b> создавать информационный продукт для влияния на государственную политику; организовывать информационные кампании
<b>ОПК-5</b>	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и	1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	<b>знать:</b> знать специфику как российских регионов, так и регионов мира <b>уметь:</b> создавать информационный продукт для каждого региона

	экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования	2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакommunikационных систем разного уровня	<b>знать:</b> формальные и неформальные нормы и правила функционирования СМИ <b>уметь:</b> писать тексты с учетом указанных принципов
--	--	---	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Концепции и технологии современных медиа» входит в общепрофессиональный цикл обязательной части Блока 1. для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Концепции и технологии современных медиа» дает студентам возможность расширить кругозор, выработать аналитические навыки, необходимые для решения в будущем профессиональных задач.

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

Таблица 1

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 2 (в часах)	Семестр 3 (в часах)	Семестр 4 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	10/360	144	108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	186	50	68	68
Лекции	84	16	34	34
Семинары, практические занятия	102	34	34	34
Самостоятельная работа	174	94	40	40
<i>Вид текущего контроля</i>	Контрольная работа, домашнее творческое задание	Контрольная работа	Домашнее творческое задание	-
Вид промежуточной аттестации	Зачет, экзамен	Зачет	-	Экзамен

### 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. Медиа в современном обществе

Медиа как технология и институт современного общества. Подходы в понимании медиа. Традиционные, новые и альтернативные медиа. История развития средств массовой информации. Сравнительный анализ моделей

вещания: печатная, аналоговая, цифровая. Особенности массовой культуры, медиакультуры и контркультуры. Способы противодействия манипуляции на индивидуальном и массовом уровне. Свобода слова как ценность медиатеатральности. Правовые основы функционирования медиа.

## **Тема 2. Субъекты и объекты медиакommunikации**

Спрос и предложение в медиаэкономике. Эффекты медиапотребления. Медиазависимость. Поколенческие особенности медиапотребления. Феномен медиaprостранства. Экспансионизм медиаиндустрии. Перспективы трансформации медиасубъектов. Концепции управления медиаобъектами. Типология медиаисследований: микроуровень и макроуровень. Подходы к классификации теорий медиа. Обзор теорий медиа.

## **Тема 3. Способы медиавоздействия**

Теоретические основания медиавоздействия. История исследований воздействия СМИ на общество. Мобилизационная, манипулятивная и маркетинговая стратегия использования информационно-коммуникационных технологий. Анализ специфики современных СМИ. Конкуренция между традиционными и электронными СМИ. Использование СМИ для конструирования сознания и смыслов. Принципы конструирования смыслов, смысловые конкуренции.

## **Тема 4. Региональные медиакультуры**

Особенности глобальной и региональной медиасреды. Обзор медиаисследований стран Запада и Восточной Азии: медиасистемы и индустрии, лидеры мнений, репрезентации образов прошлого и будущего, стереотипные персонажи как модели поведения, специфика в адаптации медиаконтента. Феномен глокализации. Особенности медиакультуры современной России. Медиакультура как новая религия.

## **Тема 5. Устные медиа**

Подходы в понимании языка. Языковая картина мира. Вербальные медиа. Невербальные медиа. Подготовка и тренинг публичного выступления. Технология спичрайтинга. Медиакomпозиция короткой беседы. Принципы управления слухами. Понятие нарратива. Технология сторителлинга. Виды и функции историй. Техники языкового манипулирования. Языковые игры.

## **Тема 6. Письменные медиа**

Подходы в понимании текста. Признаки текста. Эволюция письменных медиа. Специфика газеты и журнала. Понятие гипертекста. Обзор видов современных медиатекстов. Шортрид и лонгрид. Технология копирайтинга. Виды копирайтинга. Тексты для печатных СМИ. Медиаарелиз. Фактографическое и смысловое позиционирование посланий. Текст как рекламоноситель. Применение искусственного интеллекта в создании текстов.

## **Тема 7. Аудиовизуальные медиа**

Особенности аудиального и визуального представления образа. Традиционные и новые аудиальные медиа. Виды аудиального контента. Варианты определения визуализации. Традиционные и новые визуальные медиа. Виды визуального контента. Специфика фотографии, инфографики, кино и телевидения. Визуальный дискурс. Новые форматы в интеграции аудиальных и визуальных технологий.

### **Тема 8. Новые медиа**

Характеристика новых медиа. Интерактивные электронные издания. Мультимедийность. Этапы развития Интернет. Эволюция контента, создаваемого пользователями. Гипертекст как игровая реальность. Дополненная и виртуальная реальность. Специфика современных соцсетей и видеохостингов. Реальная и цифровая идентичность. Клиповизация. Геймификация. Использование цифровых сертификатов (токенов) в создании новых объектов.

### **Тема 9. События в медиакommunikациях**

Подходы в понимании события. Модель производства события. Контрольные вопросы для анализа события. Варианты производства новости. Критерии отбора новости. Техники перехвата события. Резонансные формы информирования о событии. Приемы убеждения и внушения. Характеристика специального события. Организация специального события. Инициационирование масштабного действия.

### **Тема 10. Медиаинновации**

Понятие медиаинновации. Развитие медиатехнологий модерна и постмодерна. Медиатренды. Локативные медиа. Тактические медиа. Экранная и постэкранная коммуникация. Прямая трансляция и трансляция цифрового «я». Реновации остаточных медиа: пленка, пластинка, радиовещание, открытка, письмо. Обзор форм медиаискусства. Современная журналистика и организация работы онлайн-редакции.

### **Тема 11. Медиаполитика в России**

Модели медиаинститутов. Субъекты и объекты государственной информационной политики в России. Методы работы власти со СМИ. Регулирование социальных сетей. Создание провластного контента. Правовое поле журналистов и блогеров в информационном законодательстве России. Работа региональных СМИ. Взаимодействие региональных властей и СМИ. Ключевые кейсы.

### **Тема 12. Регулирование работы с информацией**

Источники и оценка качества информации. Понятие фактчекинга. Этико-правовая грамотность в информационной работе. Цензура и самоцензура в СМИ. Религиозные и культурные особенности в регулировании массовой коммуникации. Отличие этики от цензуры. Специфика раскрытия информации о физическом и юридическом лице. Особенности использования общедоступной информации. Сообщения «народных ньюсмейкеров» как источник информации.

### **Тема 13. Эффективные тексты**

Эффективные тексты смежных коммуникационных сфер. Характеристика журналистского текста. Эффективный текст как оперативное знание. Правила создания текста. Техники креатива в работе с текстом. Общие требования к тексту для широкой аудитории. Культурные и религиозные особенности при создании текстов. Специфика восприятия текста разными группами аудитории. Принципы написания текстов для этих групп. Таргетированные тексты.

### **Тема 14. Иностранные СМИ**

Американские и европейские СМИ: основные издания, принципы работы. СМИ в арабских странах. Обзор работы СМИ Китая, Японии, Кореи. СМИ на постсоветском пространстве. Глобализация как фактор в работе СМИ. Влияние глобализации на повестку СМИ и принципы их работы. Глобальные движения и радикализация информационной повестки. Медиатизация протеста.

### **Тема 15. Информационная война**

Понятие и виды информационных конфликтов. Концепции истины. Современные технологии постправды. Организация мониторинга медиaprостранства. Анализ информационных рисков. Подготовка к работе в условиях медиаконфликта. Причины, методы и итоги информационных войн. Эффект информационных войн и их влияние на глобальную информационную повестку.

### **Тема 16. Медиаконструирование реальности**

Понятие символической власти. Реальность как медиаконструкт. Переход от создания информационных поводов к изменению восприятия реальности. Обзор концепций производства реальности в медиапрактиках. Методы использования СМИ в политических процессах. Примеры в России, США, Европейском союзе и на постсоветском пространстве.

## **5.2. Учебно-тематический план**

Таблица 2

№	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1.	Тема 1. Медиа в современном обществе	34	12	4	8	22	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
2.	Тема 2. Субъекты и объекты медиакommunikации	34	12	4	8	22	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения,

							творческие задания
3.	Тема 3. Способы медиавоздействия	34	12	4	8	22	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
4.	Тема 4. Региональные медиакультуры	42	14	4	10	28	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, контрольная работа
5.	Тема 5. Устные медиа	14	8	4	4	6	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
6.	Тема 6. Письменные медиа	18	12	6	6	6	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
7.	Тема 7. Аудиовизуальные медиа	18	12	6	6	6	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, домашнее творческое задание
8.	Тема 8. Новые медиа	18	12	6	6	6	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
9.	Тема 9. События в медиакommunikациях	18	12	6	6	6	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания

10.	Тема 10. Медиаинновации	22	12	6	6	10	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
11.	Тема 11. Медиаполитика в России	14	8	4	4	6	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
12.	Тема 12. Регулирование работы с информацией	18	12	6	6	6	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
13.	Тема 13. Эффективные тексты	18	12	6	6	6	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
14.	Тема 14. Иностраные СМИ	18	12	6	6	6	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
15.	Тема 15. Информационная война	18	12	6	6	6	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
16.	Тема 16. Медиаконструирован ие реальности	22	12	6	6	10	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
	<b>В целом по дисциплине</b>	<b>360</b>	<b>186</b>	<b>84</b>	<b>102</b>	<b>174</b>	<b>Согласно учебному плану: контрольная работа, домашнее</b>

							творческое задание
	Итого %	100	52	45	55	48	

### 5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
Тема 1. Медиа в современном обществе	Учебные вопросы: 1. Концепции в определении феномена медиа 2. Характеристика медиа как технологии современного общества 3. Характеристика медиа как института современного общества 4. Классификация и примеры традиционных медиа 5. Классификация и примеры новых медиа 6. История развития СМИ 7. Печатная моделей вещания 8. Аналоговая моделей вещания 9. Цифровая моделей вещания 10. Различие массовой культуры, медиаккультуры и контркультуры 11. Способы противодействия манипуляции на индивидуальном уровне 12. Способы противодействия манипуляции на массовом уровне 13. Правовое регулирование медиакдеятельности <b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 1, глава 1; 3, часть 1 <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
Тема 2. Субъекты и объекты медиаккоммуникации	Учебные вопросы: 1. Экономика СМИ 2. Эффекты медиакпотребления и медиакзависимость 3. Цифровая детоксикация 4. Поколенческие особенности медиакпотребления 5. Субъекты медиа 6. Объекты медиа 7. Медиакультуры как фактор трансформации медиаксубъектов 8. Классификация и методы медиакисследований 9. Классификация теорий медиа <b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 1, глава 2; 3, часть 2 <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
Тема 3. Способы медиаквоздействия	Учебные вопросы: 1. Ключевые идеи теории медиаквоздействия 2. История исследований воздействия СМИ на общество 3. Мобилизационная стратегия использования медиактехнологий 4. Манипулятивная стратегия использования медиактехнологий	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания

	<p>5. Маркетинговая стратегия использования медиатехнологий</p> <p>6. Причины конкуренции между традиционными и электронными СМИ</p> <p>7. Причины конкуренции СМИ с социальными сетями и мессенджерами</p> <p>8. Смысловая конкуренция</p> <p>9. СМИ как конструктор смыслов в общественном сознании</p> <p>10. Принципы конструирования смыслов</p> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 1, глава 9</p> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	
<p>Тема 4. Региональные медиакультуры</p>	<p>Учебные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Структура глобальной медиасреды</li> <li>2. Структура региональной медиасреды</li> <li>3. Результаты медиаисследований стран Запада</li> <li>4. Результаты медиаисследований стран Восточной Азии</li> <li>5. Особенности медиакультуры современной России</li> <li>6. Феномен глокализации медиа</li> <li>7. Медиакультура как новая религия</li> <li>8. Темы глобального медиапространства</li> <li>9. Темы региональных медиапространств</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 3, часть 3</p> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	<p>Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания</p>
<p>Тема 5. Устные медиа</p>	<p>Учебные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теории в исследовании языка</li> <li>2. Языковая картина мира</li> <li>3. Вербальные средства медиакommunikации</li> <li>4. Невербальные средства медиакommunikации</li> <li>5. Особенности публичного выступления</li> <li>6. Алгоритм технологии спичрайтинга</li> <li>7. Алгоритм технологии сторителлинга</li> <li>8. Техники языкового манипулирования</li> <li>9. Языковые игры</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 1, глава 3</p> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	<p>Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания</p>
<p>Тема 6. Письменные медиа</p>	<p>Учебные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теории в исследовании текста</li> <li>2. История развития письменных медиа</li> <li>3. Характеристика газеты как медиа</li> <li>4. Характеристика журнала как медиа</li> <li>5. Организация гипертекста</li> <li>6. Виды современных медиатекстов</li> <li>7. Структура шортрида как медиакomпозиции</li> <li>8. Структура лонгрида как медиакomпозиции</li> <li>9. Алгоритм технологии копирайтинга</li> <li>10. Фактографическое позиционирование посланий</li> <li>11. Смысловое позиционирование посланий</li> <li>12. Текст как рекламоноситель</li> <li>13. Применение искусственного интеллекта в создании текстов</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 1, глава 4</p> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	<p>Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания</p>

<p>Тема 7. Аудиовизуальные медиа</p>	<p>Учебные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности аудиального представления образа</li> <li>2. Особенности визуального представления образа</li> <li>3. Классификация аудиальные медиа</li> <li>4. Виды аудиального контента</li> <li>5. Классификация визуальных медиа</li> <li>6. Виды визуального контента</li> <li>7. Характеристика фотографии как средства медиакommunikации</li> <li>8. Характеристика инфографики как средства медиакommunikации</li> <li>9. Характеристика кино как средства медиакommunikации</li> <li>10. Характеристика телевидения как средства медиакommunikации</li> <li>11. Визуальный дискурс</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 1, глава 5 <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	<p>Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания</p>
<p>Тема 8. Новые медиа</p>	<p>Учебные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Характеристика новых медиа</li> <li>2. Интерактивность и мультимедийность новых медиа</li> <li>3. Этапы развития Интернет</li> <li>4. Виды и примеры контента, создаваемого пользователями</li> <li>5. Гипертекст как игровая реальность</li> <li>6. Механики геймификации медиа</li> <li>7. Характеристика клиповизации</li> <li>8. Специфика видеохостингов как средства медиакommunikации</li> <li>9. Специфика социальных сетей как средства медиакommunikации</li> <li>10. Специфика мессенджеров как средства медиакommunikации</li> <li>11. Цифровая идентичность и риск кражи личности</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 1, глава 6 <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	<p>Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания</p>
<p>Тема 9. События в медиакommunikациях</p>	<p>Учебные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теории в исследовании события</li> <li>2. Особенности событийной коммуникации</li> <li>3. Модель производства события</li> <li>4. Анализ события как средства медиакommunikации</li> <li>5. Способы производства новости</li> <li>6. Резонансные формы информирования о событии</li> <li>7. Техники перехвата события</li> <li>8. Характеристика специального события</li> <li>9. Организация специального события</li> <li>10. Организация масштабного действия</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 1, глава 11 <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	<p>Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания</p>
<p>Тема 10. Медиаинновации</p>	<p>Учебные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и примеры медиаинновации</li> <li>2. Медиаинновации эпохи модерна</li> <li>3. Медиаинновации эпохи постмодерна</li> <li>4. Ключевые медиатренды</li> </ol>	<p>Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения,</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>5. Локативные медиа</li> <li>6. Тактические медиа</li> <li>7. Прямая трансляция</li> <li>8. Примеры реновации остаточных медиа</li> <li>9. Цифровизация современной журналистики</li> <li>10. Организация работы онлайн-редакции</li> </ul> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 3, часть 1  <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	творческие задания
Тема 11. Медиаполитика в России	<p>Учебные вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Модели медиаинститутов</li> <li>2. Субъекты и объекты информационной политики</li> <li>3. Характеристика государственной информационной политики в России</li> <li>4. Методы работы власти со СМИ</li> <li>5. Регулирование социальных сетей и мессенджеров</li> <li>6. Правовое регулирование работы журналистов и блогеров</li> <li>7. Особенности работы региональных СМИ</li> <li>8. Стратегии взаимодействия региональных властей и СМИ</li> </ul> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 2, глава 1  <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
Тема 12. Регулирование работы с информацией	<p>Учебные вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Классификация источников информации</li> <li>2. Оценка качества информации</li> <li>3. Этические нормы информационной работы</li> <li>4. Правовые нормы информационной работы</li> <li>5. Религиозные нормы в регулировании информационной работы</li> <li>6. Нормы культуры в регулировании информационной работы</li> <li>7. Ограничения в раскрытии информации о физическом лице</li> <li>8. Ограничения в раскрытии информации о юридическом лице</li> <li>9. Особенности использования общедоступной информации</li> <li>10. Сообщения пользователей как источник информации</li> </ul> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 2, глава 2  <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
Тема 13. Эффективные тексты	<p>Учебные вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Классификация и виды журналистских текстов</li> <li>2. Журналистский текст как оперативное знание</li> <li>3. Правила создания журналистского текста</li> <li>4. Общие требования к тексту</li> <li>5. Интеграция текста в культурный контекст</li> <li>6. Интеграция текста в религиозный контекст</li> <li>7. Особенности восприятия текста разными аудиториями</li> <li>8. Таргетированные тексты</li> </ul> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 2, глава 2  <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
Тема 14. Иностранные СМИ	<p>Учебные вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Основные издания и принципы работы СМИ в США</li> </ul>	Анализ кейсов, групповая

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Основные издания и принципы работы СМИ в странах Европы</li> <li>3. Особенности работы СМИ в арабских странах</li> <li>4. Особенности работы СМИ в Китае</li> <li>5. Особенности работы СМИ в Японии</li> <li>6. Особенности работы СМИ в Северной и Южной Корее</li> <li>7. Основные издания и принципы работы СМИ на постсоветском пространстве</li> <li>8. Глобализация как фактор в работе СМИ</li> <li>9. Влияние глобализации на повестку СМИ</li> <li>10. Глобальные движения как фактор радикализации информационной повестки</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 3, часть 2  <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	<p>дискуссия, групповые упражнения, творческие задания</p>
<p>Тема 15. Информационная война</p>	<p>Учебные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теории в исследовании проблемы истины</li> <li>2. Понятие и виды информационных конфликтов</li> <li>3. Современные технологии постправды</li> <li>4. Инструменты мониторинга медиaproстранства</li> <li>5. Алгоритм анализа информационных рисков</li> <li>6. Принципы подготовки к работе в условиях медиаконфликта</li> <li>7. Причины и итоги информационных войн</li> <li>8. Методы информационной войны</li> <li>9. Эффекты и последствия информационных войн</li> <li>10. Влияние информационных войн на глобальную информационную повестку.</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 1, глава 7  <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	<p>Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания</p>
<p>Тема 16. Медиаконструирование реальности</p>	<p>Учебные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие символической власти</li> <li>2. Концепции медиаконструирования реальности</li> <li>3. Перспективное и ретроспективное медиаконструирование</li> <li>4. Конструирование актуального образа реальности</li> <li>5. Методы использования СМИ в политических процессах</li> <li>6. Примеры использования СМИ в политических процессах России</li> <li>7. Примеры использования СМИ в политических процессах США</li> <li>8. Примеры использования СМИ в политических процессах стран Европейского союза</li> <li>9. Примеры использования СМИ в политических процессах стран постсоветского пространства</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 1, глава 8  <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	<p>Анализ кейсов, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания</p>

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

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

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Медиа в современном обществе	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные работы Маршалла Маклюэна</li> <li>2. Основные идеи Маршалла Маклюэна</li> <li>3. Медийная концепция развития общества</li> <li>4. Концепция «горячих» и «холодных» СМИ</li> <li>5. СМИ как расширение органов человека</li> <li>6. Основные работы Мануэля Кастельса</li> <li>7. Основные идеи Мануэля Кастельса</li> <li>8. Технологическая конвергенция</li> <li>9. Креативная аудитория</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> <li>- подготовка к творческому заданию</li> </ul>
Тема 2. Субъекты и объекты медиакommunikации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфика базисных и технологических медиасубъектов</li> <li>2. Новые формы медиасубъектов в цифровой среде</li> <li>3. Основные признаки современной медиааудитории</li> <li>4. Концепция медиапрактики</li> <li>5. Концепция пассивного медиапотребления</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> <li>- подготовка к творческому заданию</li> </ul>
Тема 3. Способы медиавоздействия	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Технологии мобилизационной стратегии медиавоздействия</li> <li>2. Технологии манипулятивной стратегии медиавоздействия</li> <li>3. Технологии маркетинговой стратегии медиавоздействия</li> <li>4. Технологии интегрированной стратегии медиавоздействия</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> <li>- подготовка к творческому заданию</li> </ul>
Тема 4. Региональные медиакультуры	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности функционирования социальных сетей в КНР</li> <li>2. Особенности функционирования социальных сетей в России</li> <li>3. Особенности функционирования социальных сетей в США</li> <li>4. Репрезентация исторического прошлого в японской медиапродукции</li> <li>5. Репрезентация исторического прошлого в немецкой медиапродукции</li> <li>6. Репрезентация исторического прошлого в американской медиапродукции</li> <li>7. Образ выдающихся деятелей культуры в кинематографе и на телевидении</li> <li>8. Научная фантастика СССР и современные интерпретации</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> <li>- подготовка к творческому заданию</li> </ul>

	9. Научная фантастика США и современные интерпретации	
Тема 5. Устные медиа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Метафора как языковая игра</li> <li>2. «Новояз» как языковая игра</li> <li>3. Примеры языковой игры в печатных СМИ</li> <li>4. Примеры языковой игры в электронных СМИ</li> <li>5. Примеры языковой игры в рекламном дискурсе</li> <li>6. Примеры языковой игры в информационной войне</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> <li>- подготовка к творческому заданию</li> </ul>
Тема 6. Письменные медиа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфика текстовой коммуникации</li> <li>2. Жанры и примеры PR-текста</li> <li>3. Жанры и примеры рекламного текста</li> <li>4. Жанры и примеры журналистского текста</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> <li>- подготовка к творческому заданию</li> </ul>
Тема 7. Аудиовизуальные медиа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфика аудиальных медиа</li> <li>2. Форматы подкастов</li> <li>3. Примеры визуального дискурса в политической коммуникации</li> <li>4. Примеры визуального дискурса в бизнес-коммуникации</li> <li>5. Примеры визуального дискурса в социальной коммуникации</li> <li>6. Примеры визуального дискурса в религиозной коммуникации</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> <li>- подготовка к творческому заданию</li> </ul>
Тема 8. Новые медиа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Характеристика WEB 1.0</li> <li>2. Характеристика WEB 2.0</li> <li>3. Характеристика WEB 3.0</li> <li>4. Характеристика WEB 4.0</li> <li>5. Характеристика WEB 5.0</li> <li>6. Характеристика бодинета</li> <li>7. Характеристика даркнета</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> <li>- подготовка к творческому заданию</li> </ul>
Тема 9. События в медиакommunikациях	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методика event-анализа</li> <li>2. Виды и примеры специальных событий</li> <li>3. Техники конструирования специального события</li> <li>4. Тактика отношений с местными СМИ</li> <li>5. Тактика отношений с региональными СМИ</li> <li>6. Тактика отношений с центральными СМИ</li> <li>7. Тактика отношений с международными СМИ</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> <li>- подготовка к творческому заданию</li> </ul>
Тема 10. Медиаинновации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виды и примеры локативных медиа</li> <li>2. Виды и примеры тактических медиа</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> </ul>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Моделирование пространства с технологией дополненной реальности</li> <li>4. Моделирование пространства с технологией виртуальной реальности</li> <li>5. Сториливинг</li> <li>6. Концепция фиджитал</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> <li>- подготовка к творческому заданию</li> </ul>
Тема 11. Медиаполитика в России	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Технология символического господства</li> <li>2. Парадигмы медиаполитики</li> <li>3. Тренды медиатизации политики</li> <li>4. Правовая основа медиаменеджмента</li> <li>5. Киноиндустрия и кинопрокат в России</li> <li>6. Виды и примеры корпоративных СМИ</li> <li>7. Виды и примеры бренд-медиа</li> <li>8. СМИ как иностранный агент</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> <li>- подготовка к творческому заданию</li> </ul>
Тема 12. Регулирование работы с информацией	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие информационной безопасности личности</li> <li>2. Специальное правовое обеспечение информационной безопасности несовершеннолетних</li> <li>3. Возрастная классификация информационной продукции</li> <li>4. Правовой статус новостного публика</li> <li>5. Информация о частной жизни в массовой коммуникации</li> <li>6. СМИ и экстремальные селфи</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> <li>- подготовка к творческому заданию</li> </ul>
Тема 13. Эффективные тексты	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности, виды и примеры текста оперативно-новостного жанра</li> <li>2. Особенности, виды и примеры исследовательско-новостного жанра</li> <li>3. Особенности, виды и примеры текста фактологического жанра</li> <li>4. Особенности, виды и примеры текста образно-новостного жанра</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> <li>- подготовка к творческому заданию</li> </ul>
Тема 14. Иностранные СМИ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ключевые СМИ в США</li> <li>2. Ключевые СМИ в Китае</li> <li>3. Ключевые СМИ в Германии</li> <li>4. Ключевые СМИ во Франции</li> <li>5. Ключевые СМИ в Великобритании</li> <li>6. Ключевые СМИ в Саудовской Аравии и Катаре</li> <li>7. Ключевые СМИ в Турции</li> <li>8. Ключевые СМИ в Иране</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> <li>- подготовка к творческому заданию</li> </ul>
Тема 15. Информационная война	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Характеристика информационного оружия</li> <li>2. Механизм конструирования реальности в информационной войне</li> <li>3. Виды, цели и результаты информационной войны</li> <li>4. Информационно-психологическое воздействие на поведение человека</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой</li> <li>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</li> <li>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</li> </ul>

	<p>5. Общественное мнение как средство воздействия на поведение человека</p> <p>6. Стратегии информационного противостояния России и Запада</p> <p>7. Технологии и примеры информационного противостояния России и Запада</p>	- подготовка к творческому заданию
<p>Тема 16. Медиаконструирование реальности</p>	<p>1. Язык власти</p> <p>2. Характеристика реальности как дромосферы, ризомы и хронотопа</p> <p>3. Технология фрейминга в избирательных кампаниях в США</p> <p>4. Технология фрейминга в избирательных кампаниях в России</p> <p>5. Примеры медиаконструирования реальности в политической коммуникации</p> <p>6. Примеры медиаконструирования реальности в бизнес-коммуникации</p> <p>7. Примеры медиаконструирования реальности в социальной коммуникации</p> <p>8. Примеры медиаконструирования реальности в религиозной коммуникации</p>	<p>- работа с учебной, научной и справочной литературой</p> <p>- подготовка сообщения для дискуссии по теме</p> <p>- поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме</p> <p>- подготовка к творческому заданию</p>

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

### Примерные темы контрольной работы

1. Анализ примеров мобилизационной стратегии медиавоздействия
2. Анализ примеров манипулятивной стратегии медиавоздействия
3. Анализ примеров маркетинговой стратегии медиавоздействия
4. Анализ примеров интегрированной стратегии медиавоздействия
5. Анализ примеров визуального дискурса в политической коммуникации
6. Анализ примеров визуального дискурса в бизнес-коммуникации
7. Анализ примеров визуального дискурса в социальной коммуникации
8. Анализ примеров визуального дискурса в религиозной коммуникации
9. Анализ примеров репрезентации исторического прошлого в японской медиапродукции
10. Анализ примеров репрезентации исторического прошлого в китайской медиапродукции
11. Анализ примеров репрезентации исторического прошлого во французской медиапродукции

12. Анализ примеров репрезентации исторического прошлого в английской медиапродукции
13. Анализ примеров репрезентации исторического прошлого в немецкой медиапродукции
14. Анализ примеров репрезентации исторического прошлого в американской медиапродукции
15. Анализ примеров репрезентации исторического прошлого в российской медиапродукции
16. Анализ примеров репрезентации исторического прошлого в турецкой медиапродукции
17. Анализ примеров медиаконструирования реальности в политической коммуникации
18. Анализ примеров медиаконструирования реальности в бизнес-коммуникации
19. Анализ примеров медиаконструирования реальности в социальной коммуникации
20. Анализ примеров медиаконструирования реальности в религиозной коммуникации

### **Примеры заданий к контрольной работе**

Контрольная работа нацелена на создание образца контента для портфолио обучающегося. Контент создается по медиакомпозиции лонгрида. Задание выполняется командой до трех соавторов.

1. Интерактивный текст
2. Медиабиография
3. Текстовая трансляция
4. Онлайн-сервисы для работы с текстом
5. Форматы, примеры и онлайн-сервисы презентаций
6. Виды и технологии аудиоподкаста
7. Форматы, примеры и онлайн-сервисы видеоконтента
8. Прямая трансляция

9. Форматы, примеры и онлайн-сервисы инфографики
10. Форматы, примеры и онлайн-сервисы фотографии
11. Анимационный мультимедийный контент
12. Геймификация контента
13. Виды комиксов
14. Мультимедийный сторителлинг
15. Форматы, примеры и онлайн-сервисы интерактивного контента
16. Интерактивное видео
17. Интерактивная карта
18. Тепловая карта
19. Интерактивный адвент-календарь
20. Онлайн-сервисы конструирования чат-ботов
21. Микроформаты контента
22. Теймлайн как комбинированный медиаформат

### **Примерные темы домашнего творческого задания**

Домашнее творческое задание состоит в создании эффективного текста нужной направленности для специфического СМИ по указанной теме.

1. Текст для традиционных СМИ в поддержку Израиля в ирано-израильском конфликте
2. Текст для электронных СМИ в поддержку Ирана в ирано-израильском конфликте
3. Текст для традиционных СМИ в поддержку статуса КПРФ как главной оппозиционной силы в РФ
4. Текст для электронных СМИ для дискредитации КПРФ как главной оппозиционной силы в РФ
5. Текст для традиционных СМИ для поддержки признания ЛНР и ДНР
6. Текст для электронных СМИ против признания ЛНР и ДНР
7. Текст для традиционных СМИ для поддержки введения визового режима со Средней Азией

8. Текст для электронных СМИ против введения визового режима со Средней Азией
9. Текст для традиционных СМИ для дискредитации Лукашенко среди россиян
10. Текст для электронных СМИ для поддержки Лукашенко среди россиян
11. Текст для традиционных СМИ для поддержки российского вторжения на Украину
12. Текст для электронных СМИ для дискредитации идеи российского вторжения на Украину
13. Текст для традиционных СМИ в поддержку лозунга «хватит кормить Кавказ»
14. Текст для электронных СМИ против лозунга «хватит кормить Кавказ»
15. Текст для традиционных СМИ для поддержки более либерального законодательства в вопросе продажи оружия
16. Текст для электронных СМИ за ужесточение оборота оружия
17. Текст для традиционных СМИ по отмене принятых в России ограничений на рекламу алкоголя и табака
18. Текст для электронных СМИ в поддержку идеи перевода обучения в вузах на дистанционные технологии
19. Текст для традиционных СМИ в поддержку «Единой России» среди оппозиционного электората
20. Текст для электронных СМИ по дискредитации «Единой России» среди электората, который традиционно голосует за эту партию

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях департамента.

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

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине содержится в разделе «2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень

компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний**

**Примеры оценочных средств для проверки компетенций, формируемых дисциплиной**

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания												
<p><b>ОПК-2:</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>1. Мониторит динамику развития общественных и государственных институтов для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудиторией</p>	<p><b>знать:</b> основные принципы работы современных медиа; принципы взаимодействия государства и СМИ <b>уметь:</b> создавать информационный продукт с учетом особенностей различных СМИ</p>	<p><b>Задание:</b> Перечислите элементы структуры шортрида как медиакомпозиции:</p> <table border="1" data-bbox="1177 880 1517 1144"> <tr> <td>1</td> <td>Заголовок шортрида</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>...</td> <td></td> </tr> <tr> <td>...</td> <td></td> </tr> <tr> <td>...</td> <td></td> </tr> </table>	1	Заголовок шортрида	2		3		...		...		...	
	1	Заголовок шортрида													
2															
3															
...															
...															
...															
<p>2. Прогнозирует тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор их эволюции с помощью социально одобряемых технологий</p>	<p><b>знать:</b> источники информации о развитии институтов общества <b>уметь:</b> создавать информационный продукт для влияния на государственную политику; организовывать информационные кампании</p>	<p><b>Задание:</b> Изучите ситуационный пример и на основе матрицы оценки качества визуального дискурса определите уровень технологической зрелости представленного решения. Предложите рекомендации по корректировке.</p> <table border="1" data-bbox="1177 1664 1517 1995"> <thead> <tr> <th>Процесс</th> <th>Описание</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Денотация</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Манифестация</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Сигнификация</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Создание специаль</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Процесс	Описание	Денотация		Манифестация		Сигнификация		Создание специаль				
Процесс	Описание														
Денотация															
Манифестация															
Сигнификация															
Создание специаль															

				НОГО СОБЫТИЯ	
<p><b>ОПК-3:</b> Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>1. Использует опыт отечественной и мировой культуры для создания медиапродуктов, работает с культурными кодами целевых аудиторий</p>	<p><b>знать:</b> ключевые понятия российской культуры, историческое восприятие знаковых событий</p> <p><b>уметь:</b> создавать информационный продукт для российской медиакультуры</p>	<p><b>Задание:</b> Формула Landing Page показывает, как расположить блоки для эффективного лендинга. Какой один элемент является лишним для блока «Целевое действие»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Форма регистрации</li> <li>• Призыв к действию и мотивирующая кнопка</li> <li>• Контакты</li> <li>• Команда</li> </ul>		
	<p>2. Использует этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов</p>	<p><b>знать:</b> культурные, гендерные и иные предпочтения различных страт общества</p> <p><b>уметь:</b> создавать информационный продукт для каждой из этих страт</p>	<p><b>Задание:</b> «Кавайи» как эстетическая концепция, подчеркивающая детскость, характерна для ... общества.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• японского</li> <li>• китайского</li> <li>• турецкого</li> <li>• итальянского</li> <li>• иранского</li> </ul>		
<p><b>ОПК-5:</b> Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования</p>	<p>1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p>	<p><b>знать:</b> знать специфику как российских регионов, так и регионов мира</p> <p><b>уметь:</b> создавать информационный продукт для каждого региона</p>	<p><b>Задание:</b> Распространяющийся в информационном пространстве мем, изменяющий восприятие локальных и глобальных событий, это ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• медиавирус</li> <li>• коронавирус</li> <li>• геном</li> <li>• бином</li> <li>• флешмоб</li> </ul>		
	<p>2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической,</p>	<p><b>знать:</b> формальные и неформальные нормы и правила функционирования СМИ</p>	<p><b>Задание:</b> Первым законом, регулирующим действия иностранных</p>		

	политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакommunikационных систем разного уровня	<b>уметь:</b> писать тексты с учетом указанных принципов	агентов в США, стал в 1912 году закон о ... <ul style="list-style-type: none"> <li>• рекламе</li> <li>• книгопечатании</li> <li>• радио</li> <li>• телевидении</li> <li>• кино</li> </ul>
--	---	--	---

### Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Этапы истории исследования медиа
2. Медиа как институт современного общества
3. Виды традиционных медиа
4. Виды новых медиа
5. История развития средств массовой информации
6. Печатная модели вещания
7. Аналоговая модели вещания
8. Цифровая модели вещания
9. Особенности массовой культуры
10. Особенности медиакультуры
11. Появление первых газет. Их влияние на политические процессы
12. Книгопечатание как фактор развития цивилизации
13. Радио как средство социальной мобилизации
14. Появление телевидения. Его функции в обществе потребления
15. Специфика телевизионных новостей и новостных программ
16. Современные ток-шоу. Их социальные и образовательные функции
17. Особенности рекламы на телевидении
18. Особенности рекламы в среде Интернет
19. Причины и последствия появления электронных СМИ
20. Характеристика электронных СМИ по соотношению качества и оперативности работы
21. Виды электронных СМИ. Их слабые и сильные стороны.
22. Целевые аудитории ключевых электронных СМИ

23. Причины и последствия конкуренции между традиционными и электронными СМИ
24. История развития социальных сетей
25. Характеристика различий контента популярных онлайн-платформ
26. История развития мессенджеров
27. Феномен анонимности и процесс деанонимизации в цифровой среде
28. Способы конкуренции между онлайн-платформами за подписчиков
29. Принципы монетизации контента
30. История создания российских аналогов онлайн-платформ

### **Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену**

1. Субъекты и объекты государственной информационной политики
2. Организация информационной работы в органах государственной власти
3. Правовой статус журналистов и блогеров в российском законодательстве
4. Правовые нормы в регулировании социальных сетей
5. Виды источников информации
6. Этические принципы профессиональной журналистики
7. Специфика раскрытия информации о физическом лице
8. Специфика раскрытия информации о юридическом лице
9. Особенности использования общедоступной информации
10. Жанровая структура медиатекстов
11. Характеристика журналистского текста
12. Общие требования к тексту для широкой аудитории
13. Специфика восприятия текста разными группами аудитории
14. Таргетированные тексты.
15. Основные издания и принципы работы СМИ в США
16. Основные издания и принципы работы СМИ в странах Европы
17. Основные издания и принципы работы СМИ в Китае
18. Основные издания и принципы работы СМИ в России
19. Влияние глобализации на повестку СМИ и принципы работы
20. Понятие и виды информационных конфликтов

21. Современные технологии постправды
22. Инструменты для мониторинга медиапространства
23. Признаки подготовки информационной атаки
24. Стратегии информационной защиты
25. Алгоритм анализа информационных рисков
26. Подготовка к работе в условиях медиаконфликта
27. Понятие информационного оружия
28. Способы выявления фальшивых новостей
29. Понятие символической власти
30. Технологии медиаконструирования реальности в политической коммуникации
31. Технологии медиаконструирования реальности в бизнес-коммуникации
32. Технологии медиаконструирования реальности в социальной коммуникации

**Пример экзаменационного билета**

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования**

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)**

**Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса**

**Дисциплина «Концепции и технологии современных медиа»**

**Факультет социальных наук и массовых коммуникаций**

**Семестр: 4**

**Форма обучения: очная**

**Профиль: «Реклама и связи с общественностью», «Связи с общественностью в политике  
и бизнесе (с частичной реализацией на английском языке)»**

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

**1 вопрос (20 баллов)**

Субъекты и объекты государственной информационной политики.

**2 вопрос (20 баллов)**

Технологии медиаконструирования реальности в политической коммуникации

**3 вопрос (20 баллов)**

Текст для электронных СМИ за ужесточение оборота оружия

**Подготовил:**

\_\_\_\_\_ **Ф.И.О.**

**Утверждаю:**

**Руководитель Департамента  
массовых коммуникаций и медиабизнеса**

\_\_\_\_\_ **Ф.И.О.**

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

### ***Основная литература:***

1. Кафтан, В.В. Концепции, практики и технологии современных медиа: учебник / В.В. Кафтан. — Москва : КноРус, 2022. - 513 с. — ЭБС BOOK.ru. — URL: <https://book.ru/book/942521> (дата обращения: 06.12.2021). — Текст: электронный.
2. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497799> (дата обращения: 07.12.2022).

### ***Дополнительная литература:***

3. Донских, А. Г. Журналистика и новейшие медиа в аспекте права, деонтологии и медиаобразования. Новые реалии : монография / А. Г. Донских; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. - 121 с. – ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1308371> (дата обращения: 06.12.2021). – Текст : электронный.
4. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 550 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). – ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028522> ; ЭБС Университетская библиотека online. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784> (дата обращения: 06.12.2021). – Текст : электронный.
5. Рассолов, И. М. Информационное право : учебник и практикум для вузов / И. М. Рассолов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт,

2022. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14327-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488767> (дата обращения: 07.12.2022).

## **9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем**

### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:**

1. Федеральная ЭБС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». — URL: <http://window.edu.ru>

2. Электронные ресурсы БИК:

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
- Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <https://e.lanbook.com/>
- Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
- Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» <https://grebennikon.ru/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
- Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>
- Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира <http://search.ebscohost.com>
- Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
- Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>

- Oxford Scholarship Online <https://oxford.universitypressscholarship.com/>
- Коллекция научных журналов Oxford University Press  
<https://academic.oup.com/journals/>
- ProQuest: База данных Business Ebook Subscription на платформе Ebook Central <https://search.proquest.com/>
- ProQuest Dissertations & Theses A&I <https://search.proquest.com/>
- Scopus <https://www.scopus.com>
- Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks  
<http://link.springer.com/>
- Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления» <http://eduvideo.online/>
- Web of Science <http://apps.webofknowledge.com>
- цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>
  - Annual Reviews
  - Cambridge University Press
  - The Institute of Physics (IOP) Publishing
  - Nature
  - Oxford University Press
  - Royal Society of Chemistry
  - AGE Publicationscience
  - Taylor & Francis Group

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

**Самостоятельная работа** – учебная, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и под руководством преподавателя. Самостоятельная работа предполагает усвоение теоретического материала на базе изучения и систематизации материалов первоисточников, монографий, статей, отработку навыков моделирования решений. Преподаватель планирует содержание и объем самостоятельной работы, контролирует результаты самостоятельной работы. Самостоятельная работа включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой

дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины предлагается перечень заданий для самостоятельной работы по отдельным темам методические рекомендации разработаны и размещены на образовательном портале.

### **Методические рекомендации по выполнению контрольной работы**

Контрольная работа направлена на выявление знаний студентов по рассматриваемой теме и степени сформированности компетенций.

Контрольная работа представляет собой аналитический отчет по результатам авторского исследования по заданной тематике. Объем не более 6 листов страницы А4.

Структура отчета включает: введение, где определяется актуальность темы, степень разработанности проблемы, теоретическое обоснование (со ссылками на литературу) и эмпирическое (со ссылками на источники) обоснование и описание замысла исследования. Далее под каждую исследовательскую задачу в основном тексте контрольной работы должен быть составлен отдельный раздел, в конце которого представлены выводы. В заключении автор обобщает полученные выводы в разделах и формулирует развернутый ответ, раскрывающий тему контрольной работы. Завершает работу – список использованной литературы и источников.

Далее разработанная контрольная работа обсуждается на семинаре

## **Методические рекомендации по выполнению домашнего творческого задания**

Домашнее творческое задание представляет собой работу исследовательского характера.

Целью является подготовка обучающегося к исследовательской деятельности научного, практического характера, а также формирование навыков творческого представления полученных результатов.

Студенты должны продемонстрировать высокую степень самостоятельности, умение логически обрабатывать информацию, сопоставлять и обобщать, сравнивать ее, классифицировать материал по тем или иным признакам, высказывать свое отношение к описываемым явлениям и событиям, давать собственную оценку какой-либо работы.

Домашнее творческое задание выполняется как индивидуально, так и в составе группы. Задание выполняется под научным руководством преподавателя, назначенного департаментом. Материалы при подготовке работы должны соответствовать научно-методическим требованиям вуза и рекомендациям департамента.

### **Домашнее творческое задание должно включать:**

- описание актуальности темы, цели и задач работы;
- круг рассматриваемых вопросов, варианты их решения;
- результаты анализа используемого материала, их интерпретация и общие выводы.

При выполнении домашнего творческого задания используются современные информационные средства поиска, обработки и анализа информации, базы данных.

Объем домашнего творческого задания должен составлять не более 10 страниц (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 1,5; левое – 3. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Обязательна нумерация страниц – внизу страницы посередине. Номер страницы

не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается.

Оригинальность текста работы – не менее 75%.

Результаты выполнения задания обсуждаются на семинарских занятиях.

Оценка домашнего творческого задания осуществляется в процессе текущего контроля успеваемости студентов.

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

### **11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:**

1. Windows, Microsoft Office.
2. Антивирус ESET Endpoint Security

### **11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

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

### **11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации**

Не используются

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

Материально-технические условия проведения лекционных занятий обеспечиваются аудиториями, оснащенными компьютерами на платформе Intel, проекторами, а также маркерными досками.

Материально-технические условия проведения практических занятий обеспечиваются компьютерные классы, оснащенные персональными компьютерами (компьютер, проектор, экран) на платформе Intel (AMD или аналогичной), выделенными серверами на платформе Intel (AMD), объединенные

в локальную сеть университета и имеющие доступ к глобальной сети Интернет оборудованных проектором. Презентационная техника.