

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования**

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**(Финансовый университет)**

**Уральский филиал Финуниверситета**

**Кафедра «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины»**

**ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

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

**Профиль: Интегрированные коммуникации  
год утверждения программы: 2021**

**Разработчик рабочей программы дисциплины: С.Г. Каткова**

*Одобрено кафедрой «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины»  
протокол № 01 от 01 сентября 2022 г.*

**Челябинск, 2022**

## Содержание Приложения

### 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 компетенциями/индикаторам и достижения компетенции
<b>ПKN-4</b>	Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов, ориентироваться в актуальных ценностях и тенденциях развития мировой и российской медиакультуры	<p>1.Использует опыт отечественной и мировой культуры для создания коммуникационных продуктов, работает с кодами медиакультуры целевых аудиторий.</p> <p>2.Использует этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов</p>	<p><b>Знать:</b> многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов</p> <p><b>Уметь:</b> использовать опыт отечественной и мировой культуры для создания коммуникационных продуктов, работать с кодами медиакультуры целевых аудиторий.</p> <p><b>Знать:</b> актуальные ценности и тенденциях развития мировой и российской медиакультуры</p> <p><b>Уметь:</b> использовать этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов</p>
<b>ПKN-5</b>	Способность проводить маркетинговые и медиа исследования (анализ целевой аудитории, анализ медиа потребления, анализ связи маркетинговых и медиа параметров) и отвечать на запросы и потребности общества и целевой аудитории в профессиональной деятельности	<p>1. Моделирует целевые аудитории как группы людей в рамках определенного сообщества, с которым организация планирует сотрудничать, строить отношения или оказывать влияние.</p> <p>2. Определяет базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий</p>	<p><b>Знать:</b> особенности целевой аудитории в рамках определенного сообщества, с которым организация планирует сотрудничать, строить отношения или оказывать влияние.</p> <p><b>Уметь:</b> моделировать целевые аудитории, с которыми организация планирует сотрудничать</p> <p><b>Знать:</b> базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий</p> <p><b>Уметь:</b> определять базовые отношения, мнения и модели</p>

			поведения исследуемых целевых аудиторий
<b>ПKN-6</b>	Способность использовать в профессиональной деятельности актуальный набор средств массовой информации региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>1. Организует взаимодействие со СМИ, лидерами мнений, цифровые коммуникации и публичные выступления.</p> <p>2. Корректирует коммуникационные активности в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования</p>	<p><b>Знать:</b> актуальный набор средств массовой информации региона, страны и мира.</p> <p><b>Уметь:</b> организовать взаимодействие со СМИ, лидерами мнений, цифровые коммуникации и публичные выступления.</p> <p><b>Знать:</b> политические и экономические механизмы функционирования СМИ, правовые и этические нормы их регулирования</p> <p><b>Уметь:</b> корректировать коммуникационные активности в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования</p>

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

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр (модуль) 5 (в часах)	Семестр (модуль) 6 (в часах)	Семестр (модуль) 7 (в часах)	Семестр (модуль) 8 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>10/360</b>	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>90</b>
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	<b>36</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<i>Лекции</i>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>324</b>	<b>78</b>	<b>78</b>	<b>84</b>	<b>84</b>
Вид текущего контроля	Дом.твор. зад./контр.работы	Контр.работа	ДТЗ	-	-
Вид промежуточной аттестации	Зачет/зачет/Экзамен/Экзамен	зачет	Зачет	Экзамен	Экзамен

## 5.2 Учебно-тематический план

Наименование темы (раздела) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
	Всего	Аудиторная работа				Самост оятель ная работа	
		Общая	Лекции	Практиче ские и семинарские занятия	Занятия в интерактив ных формах		
Научные основания теории и практики средств массовой информации.	20	-	-	-	-	20	Дискуссия, Обсуждение
Понимание медиа	22	2	1	1	1	20	Дискуссия, обсуждение
Средства массовой информации в современном обществе	27	2	1	1	1	25	Решение ситуационных задач, текущее тестирование
Аудитория медиа	28	3	1	2	2	25	Дискуссия, Обсуждение
Политические элиты и медиа субъекты.	23	3	1	2	2	20	Дискуссия, обсуждение
Медиа тизация политики.	23	3	1	2	2	20	Решение ситуационных задач, текущее тестирование
Журналистика как система реализации медиа- деятельности.	23	3	1	2	2	20	Дискуссия, Обсуждение
Особенности организации медиа релейшнз	28	3	1	2	2	25	Дискуссия, обсуждение
Текстовая деятельность в средствах массовой информации.	28	3	1	2	2	25	Решение ситуационных задач, текущее тестирование
Мифология масс- медиа	28	3	1	2	2	25	Дискуссия, Обсуждение
Дискурсивные медиа практики	28	3	1	2	2	25	Дискуссия, обсуждение
Конструирование медиа реальности.	33	3	1	2	2	30	Решение ситуационных задач, текущее тестирование
Медиа вирусы	33	3	1	2	2	30	Дискуссия, Обсуждение
Симулятивные образы масс-медиа	11	1	-	1	1	10	Дискуссия, обсуждение

Индоктринация с помощью масс-медиа	15	1	-	1	1	14	Решение ситуационных задач, текущее тестирование
<b>ИТОГО:</b>	<b>360</b>	<b>36</b>	<b>12</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>324</b>	
					<b>67%</b>		

### 7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

**ПKN-4** - Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов, ориентироваться в актуальных ценностях и тенденциях развития мировой и российской медиакультуры

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкалы оценивания
1.Использует опыт отечественной и мировой культуры для создания коммуникационных продуктов, работает с кодами медиакультуры целевых аудиторий.	<b>Знать:</b> основные достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов <b>Уметь:</b> использовать на базовом уровне опыт отечественной и мировой культуры для создания коммуникационных продуктов, работать с кодами медиакультуры целевых аудиторий.	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов <b>Уметь:</b> использовать опыт отечественной и мировой культуры для создания коммуникационных продуктов, работать с кодами медиакультуры целевых аудиторий.	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов <b>Уметь:</b> использовать на экспертном уровне опыт отечественной и мировой культуры для создания коммуникационных продуктов, работать с кодами медиакультуры целевых аудиторий.	Высокий уровень
2. Использует этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов	<b>Знать:</b> базовые актуальные ценности и тенденции развития мировой и российской медиакультуры <b>Уметь:</b> использовать этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> актуальные ценности и тенденции развития мировой и российской медиакультуры <b>Уметь:</b> использовать этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> актуальные ценности и тенденции развития мировой и российской медиакультуры <b>Уметь:</b> использовать на экспертном уровне этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов	Высокий уровень

**ПКН-5** - Способность проводить маркетинговые и медиа исследования (анализ целевой аудитории, анализ медиа потребления, анализ связи маркетинговых и медиа параметров) и отвечать на запросы и потребности общества и целевой аудитории в профессиональной деятельности

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкалы оценивания
1. Моделирует целевые аудитории как группы людей в рамках определенного сообщества, с которым организация планирует сотрудничать, строить отношения или оказывать влияние.	<b>Знать:</b> основы сегментирования целевой аудитории <b>Уметь:</b> исследовать целевые аудитории	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> особенности целевой аудитории в рамках определенного сообщества <b>Уметь:</b> анализировать целевые аудитории с которыми организация планирует сотрудничать	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> особенности целевой аудитории в рамках определенного сообщества, с которым организация планирует сотрудничать, строить отношения или оказывать влияние. <b>Уметь:</b> моделировать целевые аудитории с которыми организация планирует сотрудничать	Высокий уровень
2. Определяет базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий	<b>Знать:</b> базовые отношения и поведение исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять базовые отношения исследуемых целевых аудиторий	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> разнообразие отношений, мнений и моделей поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий	Высокий уровень

**ПКН-6** - Способность использовать в профессиональной деятельности актуальный набор средств массовой информации региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкалы оценивания
1. Организует взаимодействие со СМИ, лидерами мнений, цифровые коммуникации и публичные выступления.	<b>Знать:</b> базовый набор средств массовой информации региона, страны и мира. <b>Уметь:</b> организовать взаимодействие со СМИ, лидерами мнений, цифровые коммуникации и публичные выступления на базовом уровне.	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> актуальный набор средств массовой информации региона, страны и мира. <b>Уметь:</b> организовать взаимодействие со СМИ, лидерами мнений, цифровые коммуникации и публичные выступления.	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> актуальный набор средств массовой информации региона, страны и мира. <b>Уметь:</b> организовать взаимодействие со СМИ, лидерами мнений, цифровые коммуникации и публичные выступления экспертного уровня.	Высокий уровень

2. Корректирует коммуникационные активности в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования	<b>Знать:</b> базовые политические и экономические механизмы функционирования СМИ, правовые и этические нормы их регулирования <b>Уметь:</b> корректировать коммуникационные активности в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования на базовом уровне	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> политические и экономические механизмы функционирования СМИ, правовые и этические нормы их регулирования <b>Уметь:</b> корректировать коммуникационные активности в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> актуальные политические и экономические механизмы функционирования СМИ, правовые и этические нормы их регулирования <b>Уметь:</b> корректировать коммуникационные активности в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования на экспертом уровне	Высокий уровень

#### Этапы формирования компетенций

№	Тема занятия	Код компетенции	Формы проведения	Конкретизация компетенции (знания/умения)
1.	Научные основания теории и практики средств массовой информации.	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> особенности целевой аудитории в рамках определенного сообщества <b>Уметь:</b> анализировать целевые аудитории с которыми организация планирует сотрудничать
2.	Понимание медиа	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий
3.	Средства массовой информации в современном обществе	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> особенности целевой аудитории в рамках определенного сообщества <b>Уметь:</b> анализировать целевые аудитории с которыми организация планирует сотрудничать
4.	Аудитория медиа	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий

				<b>Уметь:</b> определять отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий
5.	Политические элиты и медиасубъекты.	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> особенности целевой аудитории в рамках определенного сообщества <b>Уметь:</b> анализировать целевые аудитории с которыми организация планирует сотрудничать
6.	Медиатизация политики.	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий
7.	Журналистика как система реализации медиа-деятельности.	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий
8.	Особенности организации медиарилейшнз	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> актуальные ценности и тенденции развития мировой и российской медиакультуры <b>Уметь:</b> использовать этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов
9.	Текстовая деятельность в средствах массовой информации.	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов <b>Уметь:</b> использовать опыт отечественной и мировой культуры для



				создания коммуникационных продуктов, работать с кодами медиакультуры целевых аудиторий.
10.	Мифология масс-медиа	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> особенности целевой аудитории в рамках определенного сообщества <b>Уметь:</b> анализировать целевые аудитории с которыми организация планирует сотрудничать
11.	Дискурсивные медиапрактики	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов <b>Уметь:</b> использовать опыт отечественной и мировой культуры для создания коммуникационных продуктов, работать с кодами медиакультуры целевых аудиторий.
12.	Конструирование медиареальности.	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> основные этапы развития науки о массовых коммуникациях <b>Уметь:</b> применять закономерности и принципы теории массовой коммуникации
13.	Медиавирусы в средствах массовой информации.	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов <b>Уметь:</b> использовать опыт отечественной и мировой культуры для создания коммуникационных продуктов, работать с кодами медиакультуры целевых аудиторий.
14.	Симулятивные образы масс-медиа	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять отношения, мнения и

				модели поведения исследуемых целевых аудиторий
15.	Индоктринация с помощью масс-медиа	ПКН-4 ПКН-5 ПКН 6	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов <b>Уметь:</b> использовать опыт отечественной и мировой культуры для создания коммуникационных продуктов, работать с кодами медиакультуры целевых аудиторий.

### Шкала оценки сформированных компетенций

Код компетенции	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ПКН-4	ДТЗ, Контрольная работа, Обсуждение вопросов	ДТЗ, Контрольная работа, Обсуждение вопросов Тест	ДТЗ, Контрольная работа, Обсуждение вопросов Тест Решение практических задач
ПКН-5	ДТЗ, Контрольная работа, Обсуждение вопросов	ДТЗ, Контрольная работа, Обсуждение вопросов Тест	ДТЗ, Контрольная работа, Обсуждение вопросов Тест Решение практических задач
ПКН-6	ДТЗ, Контрольная работа, Обсуждение вопросов	ДТЗ, Контрольная работа, Обсуждение вопросов Тест	ДТЗ, Контрольная работа, Обсуждение вопросов Тест Решение практических задач