

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

Ярославский филиал Финуниверситета

**Кафедра «Государственное и муниципальное управление и ме-
диакоммуникации»**

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров

«11» июня 2025 г.

УТВЕРЖДЕНО

Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша

«18» июня 2025 г.

Автор: О.Л. Цветкова

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.05 «Медиакоммуникации»,
профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»
(очно-заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 26 от 17.06.2025)*

*Одобрено кафедрой «Государственное и муниципальное управление и медиа-
коммуникации»
(протокол № 11 от 10.06.2025)*

Ярославль 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины.....	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	3
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)	4
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Учебно-тематический план	9
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	10
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	13
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	13
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	15
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	19
7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы.....	19
7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний	19
7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.....	24
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	24
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	25
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	25
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	26
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	26

1. Наименование дисциплины

Дисциплина Б.1.1.3.5. «Теория и практика средств массовой информации».

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

Дисциплина «Теория и практика средств массовой информации» обеспечивает формирование следующих компетенций.

Таблица 1 – Структура планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесённые с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-1	Способен 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. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	<i>Знает:</i> структуру и типовые особенности разных видов коммуникационных продуктов <i>Умеет:</i> анализировать структуру и стилистические особенности медиатекстов
		2. Осуществляет подготовку медиатекстов и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<i>Знает:</i> стилистические возможности средств русского и иностранного языка и других знаковых систем <i>Умеет:</i> вносить стилистические правки в соответствии с требованиями жанра, стиля и нормами русского и иностранного языков
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	<i>Знает:</i> источники социологических данных о запросах и предпочтениях общества. <i>Умеет:</i> выстраивает профессиональную деятельность на основе полученных социологических данных для удовлетворения потребностей объектов коммуникации.
		2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании и (или) иных коммуникационных продуктов	<i>Знает:</i> особенности влияния различных формальных и неформальных социальных институтов на медиасистему. <i>Умеет:</i> осуществлять профессиональную деятельность с учетом тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Теория и практика средств массовой информации» является дисциплиной общепрофессионального цикла обязательной части образовательной программы по направлению 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии», очно-заочная форма обучения.

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

Таблица 2 – Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр (модуль) 3 в (часах)	Семестр (модуль) 4 в (часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	5 з.е./180 ч.	108	72
<i>Контактная работа – Аудиторные занятия</i>	<i>36</i>	<i>20</i>	<i>16</i>
<i>Лекции</i>	<i>12</i>	<i>8</i>	<i>4</i>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<i>24</i>	<i>12</i>	<i>12</i>
<i>Самостоятельная работа</i>	<i>144</i>	<i>88</i>	<i>56</i>
Вид текущего контроля		Эссе	Курсовая работа
Вид промежуточной аттестации		Зачёт	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. Социальная информация и ее роль в жизни человека, организации, социума, общества. История массовой информации.

Позиционирование курса «Теория и практика массовой информации» в системе профессионального обучения. Информация и коммуникация Массовая информация и коммуникация. Массовая коммуникация и массовая информация. Три формы существования массовой информации. Качественные характеристики информации. Журналистская информация.

История СМИ в Древнем мире.

Становление книгопечатания и средств массовой информации. Влияние социальных, культурных, экономических и политических факторов на формирование регулярного процесса распространения информации: дожурналистский опыт массовой информации. Массовая информация и журналистика на ранних этапах развития средств массовой коммуникации: первые газеты и журналы.

Особенности и основные этапы развития журналистики в XVII- XX веках: демократическая журналистика.

Развитие радиовещания. Начало регулярного телевизионного вещания. Современные средства массовой информации.

Исторические типы журналистики: религиозно-клерикальный тип, феодально-монархический, буржуазный, журналистика социалистической и коммунистической ориентации. Журналистика в системе средств массовой информации: журналистская работа в газетах, журналах, на радио, телевидении. Организация работы информационно-аналитических центров, информационных служб, маркетинговых, рекламных, PR-служб.

Информационные революции в сфере информации: изобретение письменности; изобретение книгопечатания; изобретение электричества; телереволюция; появление Интернета. Технические условия появления новых каналов коммуникации: совершенствование технологии сбора, обработки и хранения и распространения информации, новые технологии полиграфического производства, техники передачи сигнала. Цветная печать. Цифровая запись и цифровое телевидение. Карты памяти (TransFlash). Медиапродукция. Мобилография. Новейшие почтовые услуги (автоматический почтовый аппарат, программа ICG («аська»), программа ВАТ). Современные средства доставки массовой информации потребителю (распространение печатных СМИ, спутниковое и кабельное телевидение, книги, диски). Сетевая система организации электронных СМИ. Журналистика в эпоху Интернета. Массовая информация в системе связей с общественностью.

Тема 2. Массовая коммуникация и массовая информация. Концепция «информации» в теориях современного общества

Массовая коммуникация и аудитория. Понятие «масса», «толпа», «аудитория», «общественность». Аудитория как социальная общность и «квазигруппа» в социологии и связях с общественностью.

Основные социальные функции массовой коммуникации: коммуникативная, информационная, социально-организуемая, социального контроля, познавательная, культурологическая, мобилизующая, психологической регуляции, развлекательная, рациональная, иррациональная, социальной психотерапии).

«Трехстадийная» модель распространения СМК (Д. Меррилл, Р. Ловенстайн). Схема средств социальной связи: СМК, СМИ, СМВ: соотношения понятий.

Теории массовой коммуникации (Л. Альтуссер, А. Грамши, Ч.Р. Миллс, С. Хед, Г.М. Маклюэн, А.Моль, Г. Лассуэлл).

Переход от индустриального общества к обществу информационному: причины и следствия. Условия развития информационного общества. Признаки информационного общества.

Структура современного информационного пространства: информационно-телекоммуникационная структура; интегрированные информационные, компьютерные и телекоммуникационные технологии; информационные ресурсы; система средств массовой информации; рынок информационных тех-

нологий, средств связи, информатизации и телекоммуникаций, информационных процессов и услуг; информационно богатые рынки СМИ.

Концепция информационного общества. Концепция общества знаний. Сетевой капитализм Кастеллса. Экономика знаков и пространства Лэша и Урри. Новая экономика Н. Бэк. Концепция медиасистемы как движущего фактора развития С. Брамана. «Посткапиталистическое общество» П. Друкера.

Информационные потребности личности. Массовые информационные потоки общества как условие его оптимального функционирования. Типы информационных продуктов, составляющих массовые информационные потоки. Области творческой деятельности, создающей информационные потоки. Журналистика как организатор сотрудничества данных областей деятельности. Журналистика как профессия. Понятие о средстве массовой информации. Понятие о современных массмедиа (mass media).

Тема 3. Медиаэкономика. Медиарынок и его особенности

Теоретические подходы к изучению СМИ: материалистический и культурологический подходы, социально-ориентированный и медиаориентированный подходы. Концепции критической политэкономии Н. Гарнэма, радикальной политэкономии П. Голдинга и Г. Мэрдока, «модели пропаганды» Э. Хермана и Н. Хомски, «индустрия культуры» Хоркхаймера и Адарно, «индустрии культуры» Д. Хэсмондхала.

Коммодификация аудитории. Рынка СМИ — сдвоенный рынок товаров и услуг: рынок товара СМИ — информация, мнения, развлечения, рынок услуг — предоставление аудитории рекламодателям. Географический рынок СМИ. Конкуренция СМИ на рынках содержания, свободного времени и рекламы. Современные рыночные стратегии предприятий СМИ: концепция вертикальной производственной цепочки, отчуждение собственника от управления, возможности горизонтального роста, возможности вертикального роста, кластеризация. Спрос и предложение в медиаэкономике. Парадокс разнообразия в СМИ.

Тема 4. Типология средств массовой информации: теория вопроса и реальная практика.

Системные основы типологии СМИ. Дифференциация СМИ в зависимости от целевых установок. Дифференциация СМИ в зависимости от собственников. Государственные; муниципальные; негосударственные СМИ. Общественные СМИ. Дифференциация СМИ в зависимости от аудитории. Детские, молодежные, женские, мужские, специализированные СМИ.

Нетрадиционные средства массовой информации (рекламно-справочные, информационно-справочные, имиджевые, журналы partwork (коллекционные издания).

Типология и система печатных СМИ. Параметры типологизации: по месту издания и масштабу распространения, по периодичности, по времени выхода, по характеру отражения действительности.

Типология электронных СМИ. Диапазоны вещания. Дифференциация электронных СМИ: по тематическому признаку; по аудиторному (адресному) признаку; по учредителю; по национальному признаку; по территориальному признаку; по источнику финансирования.

Понятие о радиоформате. Разговорные, новостные и музыкальные форматы на радио.

Универсальные и специализированные телеканалы.

Классификация веб-СМИ: клоны несетевых изданий; издания, существующие только в Интернете; смешанные издания.

Российская медиасистема. Печатные СМИ: газеты и журналы. Общественно-политические СМИ. Партийная пресса. Деловая пресса. Культурно-просветительные, развлекательные, эротические СМИ. Внутрикорпоративная и клиентская пресса. Характеристика печатных СМИ России. Медиакарта СМИ.

Тема 5. Особенности медиаиндустрии по отраслям

Газетная индустрия в информационно богатых странах. Основные этапы развития газетной индустрии. Экономические особенности газетной индустрии. Типы рыночных структур на газетном рынке. Современные тенденции развития газетного рынка. Национальные особенности современных рынков прессы. Государственные формы поддержки газетной индустрии. Общие черты газетных рынков информационно богатых стран. Национальные газетные рынки: общая характеристика.

Журнальная индустрия в информационно богатых странах. Основные этапы развития прессы. Экономические особенности журнальной индустрии. Современные тенденции развития журнального рынка.

Общие черты журнальных рынков информационно богатых стран. Национальные рынки прессы: общая характеристика.

Аудиовизуальный сектор в медиаиндустрии. Основные модели организации телевизионной индустрии. Технологии распространения телесигнала. Особенности ТВ как индустрии. Источники доходов в ТВ-индустрии. Стратегии конкурентоспособного программирования. Экономические и организационные особенности телесетей. Производство программ как сектор ТВ-индустрии.

Коммерческое и общественное ТВ на современном медиарынке. Финансирование и организация общественного вещания. Коммерческие каналы. Модели общественного вещания в развитых рыночных демократиях.

Радио – самое доступное СМИ. Эволюция рыночной стратегии радиовещания. Основные форматы современных коммерческих радиостанций.

Экономика кабельной индустрии. Организация кабельной индустрии. Ценовая политика и структура кабельной индустрии.

Новые ИКТ и экономика традиционных СМИ. Конвергенция медиатехнологий, медиарынков и СМИ. Конвергенция как фактор преобразования ме-

диасистем. Контент-индустрия в структуре экономики СМИ. Экономические преимущества Интернета перед традиционными СМИ.

Экономика онлайн-СМИ. Бизнес-модели онлайн-СМИ. Источники доходов онлайн-СМИ. Журналистика в условиях прогресса ИКТ. Первая «шестерка» медиакомпаний.

Тема 6. Социальные роли массовой информации. Журналистика и социальные институты. Журналистика и массовая аудитория

Современные массмедиа в век глобализации. Глобальная информационная среда. СМИ – особая форма реальности. Современный журнализм. Информационные предпочтения современного потребителя информации. «Легкий читатель» и его влияние на систему СМИ и качество журналистики. «Пластиковая журналистика». Изменение структуры информационного рынка. Журналистика как вид бизнеса. Взаимодействие со смежными информационно-коммуникационными сферами – рекламой и PR.

Проблемные зоны современной журналистики: плагиат; компромат; «скрытая» реклама; информационное обслуживание вместо журналистики.

Тема 7. Жанровые разновидности журналистских произведений. Планирование профессиональной деятельности журналиста

Особенности использования жанровых разновидностей журналистских произведений. Специфика использования разновидностей информационного жанра (заметки, интервью, отчета, репортажа). Исследование, анализ фактов, установление причинно-следственных связей в аналитическом жанре (корреспонденция, статья, комментарий, рецензия, обзор, обозрение, журналистское расследование). Художественные методы познания и отображения действительности, приемы художественной типизации в зарисовке, очерке, фельетоне, памфлете. Планирование журналистской деятельности. Проблемы журналистского мастерства. Журналистское творчество. Профессиональное общение журналиста. Специфика профессиональной деятельности журналиста. Журналистика и общество: современный аспект взаимодействия.

Тема 8. Инфраструктура современного информационного рынка

Роль и место технических учреждений в системе информации и коммуникации: информационные агентства и службы, пресс-службы и PR-службы и PR-агентства. Структура управления в сфере коммуникации.

Нормативные документы, регламентирующие деятельность СМИ. Саморегулирование массмедиа. Образование в области массовой информации.

Тема 9. Эффекты массовой информации

Периодизация и типология исследований эффектов массовой информации. Современные подходы к исследованию эффектов массовой коммуникации на уровне группы, общества: установление пунктов «повестки дня», «Спираль молчания», теория информационного дефицита. Модель зависимо-

сти эффектов массовой коммуникации. Подход «полезности и удовлетворения потребностей». Показатели эффективности Исследование материалов СМИ методом контент-анализа. Прикладные исследования аудитории СМИ.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 3 – Содержание учебно-тематического плана изучения дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успевае- мости
		Всего	Аудиторная работа				Само- стоя- тельная работа	
			Об- щая	Лек- ции	Семи- нары и практи- ческие занятия	Занятия в интерак- тивных формах		
1	Тема 1. Социальная информация и ее роль в жизни человека, организации, социума, общества. История массовой информации.	15	5	1	4	2	10	Опрос, практическое задание
2	Тема 2. Массовая коммуникация и массовая информация. Концепция «информации» в теориях современного общества	19	3	1	2	2	16	Опрос, практическое задание
3	Тема 3. Медиаэкономика. Медиарынок и его особенности	19	3	1	2	2	16	Опрос, практическое задание
4	Тема 4. Типология средств массовой информации: теория вопроса и реальная практика.	19	3	1	2	2	16	Опрос, практическое задание
5	Тема 5. Особенности медиаиндустрии по отраслям	19	3	1	2	2	16	Опрос, практическое задание
6	Тема 6. Социальные роли массовой информации. Журналистика и социальные институты. Журналистика и массовая аудитория	23	5	1	4	2	18	Опрос, практическое задание
7	Тема 7. Жанровые разновидности журналистских произведений. Планирование профессиональной деятельности журналиста	24	6	2	4	2	18	Опрос, практическое задание
8	Тема 8. Инфраструк-	20	4	2	2	2	16	Опрос,

	тура современного информационного рынка							практическое задание
9	Тема 9. Эффекты массовой информации	22	4	2	2	2	18	Опрос, практическое задание
	В целом по дисциплине	180	36	12	24	18	144	Эссе, курсовая работа
	Итого в %		100			50		

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4 – Темы дисциплины, формы проведения и содержание семинаров и практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Социальная информация и ее роль в жизни человека, организации, социума, общества. История массовой информации.	Вопросы к практическому занятию 1. Предмет, цель и задачи учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации». 2. Место и роль учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации» в профессиональной подготовке специалиста по рекламе и связям с общественностью. 3. Основные категории учебной дисциплины. 4. Объект учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации». 5. Методы исследования массовой информации, системы ее коммуникации. 6. Дожурналистский опыт массовой коммуникации человечества. 7. Массовая информация на ранних этапах развития массовой коммуникации. 8. Роль социально-политических реформ общества в процессе становления и развития массовой информации, средств ее коммуникации. 9. Материально-технические предпосылки возникновения, становления и развития массовой информации, средств ее коммуникации. 10. Исторические типы, идейно-теоретические концепции, модели журналистики. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, практическое задание
Тема 2. Массовая коммуникация и массовая информация. Концепция «информации» в теориях современного общества	Вопросы к практическому занятию 1. Сущность и содержание понятий «информация», «социальная информация», «журналистская информация». Массовая информация как центральная категория учебной дисциплины. 2. Категориальная система, концентрирующаяся вокруг понятия «массовая информация». 3. Общие представления об информационных процессах современности. Информационная сфера общества. Информационное общество. 4. Информационная безопасность. Информационная политика.	Опрос, практическое задание

	5. СМИ. Сущность и структура. 6. Место и роль информационных агентств в структуре СМИ. 7. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	
Тема 3. Медиа-экономика. Медиарынок и его особенности	Вопросы к практическому занятию 1. Три типа идеологии. 2. К. Маркс об идеологии. Понятия базиса и надстройки. 3. Идеология и система власти в современном обществе. 4. Роль и значение стереотипов массового сознания в конструировании идеологии. 5. Мифология и идеология: особенности взаимодействия. 6. Сущность и содержание информационного бизнеса. 7. Журналистская информация как товар. 8. Характеристика ООО, ЗАО, издательского дома, холдинга. 9. Правовые основы информационного бизнеса. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, практическое задание
Тема 4. Типология средств массовой информации: теория вопроса и реальная практика.	Вопросы к практическому занятию 1. Сущность и параметры типологизации СМИ. 2. Факторы, влияющие на развитие современных СМИ РФ. Аудиторный фактор. 3. Периодическая печать как системный объект. 4. Соотношение общероссийской и региональной печати. 5. Современное российское телевидение. 6. Системные особенности современного радиовещания Российской Федерации. 7. Российские СМИ и Интернет. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, практическое задание
Тема 5. Особенности медиаиндустрии по отраслям	Вопросы к практическому занятию 1. Жанр как форма выступления журналиста. 2. Особенности реализации информационных жанров в прессе. 3. Использование аналитических жанров прессы в деятельности специалиста по связям с общественностью. 4. Художественно-публицистические жанры прессы. 5. Полиграфическая техника и полиграфические процессы. 6. Верстка и печать. 7. Дизайн полиграфических изданий. 8. Сущность и содержание публицистики. 9. Место и роль публицистики в журналистской деятельности. 10. Публицистическое творчество как профессиональная деятельность журналиста. 11. Характеристика компонентов публицистического творчества. 12. Содержание и форма в публицистическом творчестве. 13. Место телевидения в системе СМИ. 14. Социальные функции телевидения. 15. Типология современного российского телевидения. 16. Взаимосвязь телевидения с другими СМИ. 17. Телевидение и связи с общественностью. 18. Радиожурналистика как составная часть СМИ. 19. Типологические характеристики компонентов радиожурналистики. 20. Технические средства радиожурналистики.	Опрос, практическое задание

	21. Современная структура российского радиовещания. 22. Характеристика государственного сектора российского радио. 23. Место и роль коммерческого, частного сектора радиовещания современной России. 24. Общенациональное и региональное радиовещание России. 25. Менеджмент в сфере радиожурналистики. 26. Взаимосвязь радиожурналистики и профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью. 27. Жанры радиожурналистики, особенности их реализации. 28. Организационные принципы электронных СМИ. 29. Основные стадии производства онлайн-программ. 30. Роль журналиста в производстве онлайн-программ. 31. Технология подготовки и ведения программ в электронных СМИ. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	
Тема 6. Социальные роли массовой информации. Журналистика и социальные институты. Журналистика и массовая аудитория	Вопросы к практическому занятию 1. Системные характеристики СМИ. 2. Изменение содержания массовой информации и системных характеристик СМИ в условиях реформирования российского общества. 3. Свобода печати в условиях демократизации российского общества. 4. Тенденции развития российских СМИ в конце XX столетия. 5. Предпринимательская, официальная и партийная печать в России в конце XX века. От вертикальной и партийной прессы, к горизонтальной, смешанной, коммерческой. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, практическое задание
Тема 7. Жанровые разновидности журналистских произведений. Планирование профессиональной деятельности журналиста	Вопросы к практическому занятию 1. Сущность и содержание понятий «жанр», «текст». 2. Общая характеристика жанров журналистской деятельности. 3. Информационные жанры в творческой деятельности журналиста. 4. Характеристика аналитических жанров. 5. Художественно-публицистические жанры в журналистской деятельности. Сатирические жанры. 6. Журналистское расследование как жанр современных СМИ. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, практическое задание
Тема 8. Инфраструктура современного информационного рынка	Вопросы к практическому занятию 1. Основы информационного права. 2. Этапы формирования правовых основ отечественных СМИ. 3. Законодательное обеспечение свободы слова и информации в Российской Федерации в постсоветский период. 4. Особенности реализации свободы СМИ в Российской Федерации в начале XXI в. 5. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности. 6. Свобода, необходимость, ответственность применительно к теории журналистики. 7. Политическая независимость СМИ как основа свободной и правдивой информации. 8. Экономические условия и факторы свободы СМИ.	Опрос, практическое задание

	9. Юридический аспект свободы журналистской деятельности. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	
Тема 9. Эффекты массовой информации	Вопросы к практическому занятию 1. Массовая информация: эффект или эффективность? 2. Коммуникативное поведение различных социальных групп: сходство и различие. 3. Возможность сверхэффекта МК: угроза или стратегическая цель? <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, практическое задание

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

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

К внеаудиторным формам самостоятельной работы студентов относятся:

- подготовка к семинарскому занятию;
- подготовка к решению и проверке задач;
- написание курсовой работы;
- подготовка к экзамену.

На семинарских занятиях все студенты должны принимать активное участие в обсуждении изучаемых вопросов и уметь демонстрировать знание практического материала. При выступлении, студентам необходимо аргументировано излагать свою позицию, подкреплять ее конкретными данными, уметь обобщать, аргументировать и систематизировать статистические данные.

На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

Таблица 5 – Темы дисциплины, изучаемые вопросы и формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Социальная информация и ее роль в жизни человека, организации, социума, общества. История массовой информации.	1. Объект учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации». 2. Методы исследования массовой информации, системы ее коммуникации. 3. Коммуникативная природа журналистики. 4. Информационные предпосылки возникновения массовой информации. 5. Экономические, социально-политические и духовные предпосылки возникновения массовой информации, средств ее коммуникации. 6. Четыре теории печати (нормативные теории прессы).	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям. Написание реферата.
Тема 2. Массовая коммуникация и	1. Сущность и содержание понятий «коммуникация», «массовая коммуникация», «журналистика», «массме-	Изучение учебной литературы. Подго-

массовая информация. Концепция «информации» в теориях современного общества	диа», «публицистика». 2. Массовая коммуникация и массовая информация. 3. Процесс массовой коммуникации и СМИ. Массово-коммуникационные свойства СМИ	товка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям. Написание реферата.
Тема 3. Медиа-экономика. Медиа-рынок и его особенности	1. Сущность и содержание идеологии. 2. Идеология и пропаганда. 3. Идеология и свобода слова. 4. Причины экономических трудностей СМИ. 5. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции. 6. Условия экономической независимости СМИ.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям. Написание реферата.
Тема 4. Типология средств массовой информации: теория вопроса и реальная практика.	1. Современная периодическая печать Российской Федерации. 2. Пресса национальных регионов. 3. Периодические печатные издания Ярославля. 4. Периодические печатные издания отдельных районов Ярославской области. 5. Специализированные печатные издания Российской Федерации. 6. Книгоиздание: проблемы и перспективы развития.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям. Написание реферата.
Тема 5. Особенности медиаиндустрии по отраслям	1. Виды журналистской деятельности в прессе. 2. Правовая регламентация прессы как разновидности СМИ. 3. Требования техники безопасности и охраны окружающей среды к полиграфическому процессу. 4. История возникновения и развития публицистического творчества в России. 5. Публицистическое творчество в зарубежной журналистике. 6. Сатирическая публицистика. 7. Социальные функции СМИ. 8. Кабельное телевидение. 9. Спутниковое ТВ. 10. Правовые основы функционирования российского телевидения. 11. История зарубежного телевидения. 12. Типологические характеристики структурных компонентов зарубежной радиожурналистики. 13. История зарубежной радиожурналистики. 14. Системные особенности зарубежного радиовещания. 15. Тенденции развития современной российской радиожурналистики 16. Перспективы развития электронных СМИ. 17. Новые электронные СМИ: техника и технология.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям. Написание реферата.
Тема 6. Социальные роли массовой информации. Журналистика и социальные институты. Журналистика и массовая аудитория	1. Характеристика новых периодических изданий в России в конце XX века. 2. Практика взаимодействия СМИ и властных структур. 3. Новые темы и направления развития информационного обеспечения российского общества. 4. Развитие рекламного рынка российских СМИ. 5. СМИ в условиях плюралистической ' идеологии, многопартийности российского общества.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу.
Тема 7. Жанровые	1. Зарождение и развитие жанров в зарубежной жур-	Подготовка к интер-

разновидности журналистских произведений. Планирование профессиональной деятельности журналиста	налистике. 2. Зарождение и развитие жанров в отечественной журналистике. 3. Особенности реализации жанров в прессе. 4. Особенности реализации жанров в тележурналистике. 5. Особенности реализации жанров в радиожурналистике. 6. Зарождение и развитие журналистского расследования в России. 7. Журналистское расследование в зарубежных СМИ.	активным занятиям.
Тема 8. Инфраструктура современного информационного рынка	1. Свобода слова и убеждений. 2. Правовые основы СМИ в зарубежных государствах. 3. Правовые основы деятельности СМИ в СССР. 4. Особенности государственного регулирования СМИ в России. 5. Законы Российской Федерации о свободе печати. 6. Цензура в истории отечественной журналистики.	Написание реферата.
Тема 9. Эффекты массовой информации	1. Проведите анализ того, как менялись представления о возможностях воздействия медиа на аудиторию. 2. В чем состоят основные различия между планируемыми и непланируемыми эффектами массовой коммуникации? 3. В чем заключается общее и особенное при изучении коммуникативного поведения аудитории прессы, радио, телевидения, электронных. СМИ?	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу.

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

Примерная тематика докладов

1. Появление и развитие информационного общества, прессы и журналистики.
2. Глобализация информационных процессов.
3. «Третья волна Тоффлера» и возникновение «четвертой волны».
4. Современные средства массовой информации в России.
5. Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке.
6. Журналистика и пропаганда.
7. Журналистика фактов и журналистика комментария.
8. Особенности журналистской работы в газетах, журналах, на радио, телевидении.
9. Массовая информация и ее роль в современном мире.
10. Управленческие решения в информационной сфере.
11. Планирование деятельности информационных агентств, корреспондентских сетей, служб общественных связей.
12. Развитие рынка современной прессы.
13. Анализ рынка полиграфических услуг.
14. Стимулирование спроса и организация сбыта информационной и полиграфической продукции.
15. Технология анализа массовой информации.
16. Методы автоматизированного анализа и обработки информации.
17. Информационные массивы и издания мониторингов массмедиа.

18. Жанровые разновидности журналистских произведений.
19. Социальная ответственность СМИ и журналистов.
20. Проблемы журналистского мастерства. Профессиональное общение журналиста.
21. Журналистика и общество: современный аспект взаимодействия.
22. Профессиональные нормы журналистской деятельности. Кодекс чести журналиста.
23. Этические нормы журналистской деятельности. Социальная ответственность средств массовой информации, журналистов и свобода слова.
24. Поиск и разработка темы журналистского выступления в СМИ. План, сюжет и композиция в журналистике.
25. Поиск и разработка темы журналистского выступления в газете, журнале.
26. Заголовок информационного материала. Заголовок и жанр.
27. Информационный, аналитический и художественно-публицистический виды жанров журналистики.
28. Событийная информация на страницах ежедневной газеты, еженедельника, журнала, в электронных средствах массовой информации.
29. Особенности и назначение жанра интервью и специфика его применения.

Примерная тематика курсовых работ

1. Социальное предназначение журналистики.
2. Журналистика и ее функции.
3. Жанры журналистики.
4. Жанры электронных версий СМИ в Интернете.
5. Жанры художественной публицистики в СМИ.
6. Аналитические жанры современной журналистики.
7. Информационные жанры журналистики в СМИ и на ТВ.
8. Интервью, телеинтервью и работа над ними
9. Репортаж в печатных СМИ и на телевидении.
10. Радиожурналистика. Радиоинтервью и телеинтервью.
11. Методы сбора информации в журналистике.
12. Технология выпуска номера газеты.
13. Проблемы плюрализма в обществе и в СМИ
14. Заголовок в газете. Требования к заголовкам.
15. Журналистская этика
16. Статья в современной газете.
17. Сюжет и композиция в журналистике.
18. Экономика современных СМИ.
19. Реклама и ее жанры в СМИ.
20. Журналистское расследование в СМИ и на телевидении.
21. Закон Российской Федерации о средствах массовой информации.
22. Журналистика, как сфера научной деятельности.

23. Работа редакции.
24. Типографский дизайн.
25. Система средств массовой информации Российской Федерации в начале XXI века.
26. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.
27. Основные стадии производства телевизионных программ.

Примерные вопросы для научных дискуссий, докладов и презентаций

1. Социальное предназначение массовой информации.
2. Социальная роль массовой информации в экономической сфере общества.
3. Социальная роль массовой информации в социальной сфере общества.
4. Социальная роль массовой информации в духовной сфере общества.
5. Сенсационность и отражение сенсации в медиасреде.
6. Кросс-культурный анализ и его возможности для массовой информации.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом оценки работы в семестре (написание курсовой работы, аудиторных самостоятельных работ и домашних заданий, решение задач и участие в обсуждениях на практических занятиях и др.), оценки итоговых знаний (по результатам экзамена) и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

№п/п	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в семестре	40
2.	Экзамен	60
	Итого:	100

Таблица 6 - Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

Критерий оценки	Баллы	Методика оценки
Посещение аудиторных занятий	7	Математический расчет $Оц = 7 : Кз \times Пз$ Где Оц – сумма баллов; Кз – количество аудиторных занятий по дисциплине; Пз – количество занятий, посещаемых студентом
Активность при проведении аудиторных занятий	13	Доклад, презентация – 10 баллов Информационное сообщение – 5 баллов Участие в обсуждении – 3 балла Краткое выступление – 1 балл Решение расчетных задач – 1 балл
Активность при проведении вне-аудиторной работы	10	Подготовка материалов и выступление на студенческих научных конференциях, в печатных изданиях, в том числе и Универ-

		ситета - 10 баллов
Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя	10	Выполнение письменной работы – 10 баллов

С целью стимулирования систематической подготовки студентов к практическим и семинарским занятиям по дисциплине в течение семестра вводится комплексный подход к оценке, получаемой студентами по итогам изучения дисциплины. На основании положения о системе оценки знаний студентов в Финансовом университете действует 100-балльная система оценки знаний. Это означает, что оценка, получаемая по итогам письменной экзаменационной работы, состоит из двух частей: текущего контроля студентов в семестре — максимальная оценка 40 баллов и результатов промежуточной аттестации — максимальная оценка 60 баллов.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;
- выполнение контрольных заданий и обсуждение результатов;
- обсуждения законодательных, правовых и нормативных актов.

Вторая составляющая оценивает устный ответ на зачете и не может превышать 60 баллов.

40 баллов, полученные студентом в течение семестра, должны означать самую высокую характеристику его работы. Такой балл получают студенты, которые на практических занятиях систематически показывают высокие результаты при опросах, проявляют активность при обсуждении изучаемых проблем, в полном объеме выполняют учебную программу, не имеют пропусков.

Максимальная оценка ответа на зачете оценивается в 60 баллов. Каждый вопрос в билете имеет свою долю в общей оценке в зависимости от сложности. Например, за первый теоретический вопрос максимально оценивается 15 баллов, два следующих теоретических вопроса оцениваются по 10 баллов, задача — максимально 15 баллов и пять тестов — по 2 балла каждый правильно решенный тест.

Балльная система аттестации:

- студент, получивший от 50 до 100 баллов, считается аттестованным, получивший от 0 до 49 баллов - не аттестованным;
- студент, получивший от 50 до 69 баллов, считается аттестованным на «удовлетворительно»;
- студент, получивший от 70 до 85 баллов, считается аттестованным на «хорошо»;
- студент, получивший от 86 до 100 баллов, считается аттестованным

на «отлично».

Таким образом, если студент по итогам работы в семестре набирает 21 балл, а по итогам письменной работы — 60 баллов, то общая сумма 81 балл соответствует окончательной оценке 4 «хорошо».

Если студент подошел к экзамену с оценкой 0 баллов, то при безупречном качестве письменной экзаменационной работы он может получить итоговую оценку по данной дисциплине только 60 баллов, что соответствует оценке «удовлетворительно».

О данном подходе к оценке знаний студентов преподаватель информирует студентов на первом семинарском (практическом) занятии. На последнем семинарском занятии студентам сообщается оценка, которую они получают по итогам работы в семестре.

Студенты могут улучшить свою оценку по итогам работы в семестре за счет отработки пропущенных занятий или полученных неудовлетворительных оценок на семинарах. Вместе с тем, все отработки могут быть осуществлены в консультационные дни в период не более двух консультаций с момента получения оценки «неудовлетворительно» или пропуска занятий. Только в случае болезни студент может отрабатывать пропуски в более поздние сроки.

Отработка пропусков, имевших место по причине работы студентов во время занятий, не допускается.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы

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

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

Примерный перечень вопросов для подготовки к сдаче экзамена

1. Массовая коммуникация как научная дисциплина.
2. Коммуникация как таковая и массовая коммуникация: сравнительная характеристика.
3. Методы и методология теории и практики массовой информации.
4. Модель Лассуэла: сущность и значение для изучения массовой информации.
5. Возникновение массового общества и система массмедиа: особенности взаимодействия.

6. Массовая культура: процесс становления и виды.
7. Основные характеристики масс. Культуры.
8. Функции СМИ в современном обществе и их подробная характеристика.
9. Понятие идеологии. Идеология современных СМИ.
10. Стереотипы в массмедиа: сущность, история, значение.
11. Понятие мифа и его значение. Мифология в современных СМИ.
12. Влияние идеологических факторов на развитие СМИ.
13. Законодательство в сфере журналистики.
14. СМИ: этические принципы и нормы. Понятие «компромат».
15. Средства массовой коммуникации: печать.
16. Средства массовой коммуникации: радио.
17. Средства массовой коммуникации: телевидение.
18. Интернет и его использование журналистом.
19. Система жанров в журналистике.
20. Журналистская информация и ее формы.
21. Массовая коммуникация: понятие, модели и значение.
22. Массовая информация: ее роль в современном мире.
23. Массовая культура: процесс становления и виды.
24. Понятие информационного общества.
25. Функции СМИ в современном обществе.
26. Первый этап развития научных представлений о СМИ (20 - 30-е годы XX века).
27. Второй этап развития научных представлений о СМИ (30 - 40-е годы XX века).
28. Третий этап развития научных представлений о СМИ (70-е годы XX века).
29. Семиотика современных СМИ.
30. Идеология и реальность: диалектика взаимодействия.
31. СМИ как система манипулирования массовым сознанием.
32. Процесс трансформации СМИ в постиндустриальном обществе.
33. Стереотипы в массмедиа: сущность, значение.
34. Мифология в современных СМИ: понятие, сущность, функции и значение.
35. СМИ в координатах мира постмодерна
36. Особенности СМИ в работах французских постструктуралистов (Дебор-Бодрийяр).
37. СМИ и общество потребления: диалектика взаимодействия.
38. Влияние идеологических факторов на развитие СМИ.
39. Законодательство в сфере журналистики.
40. Конституция РФ. Основное содержание Закона РФ «О СМИ».
41. Правовой статус СМИ. Правовая культура журналиста.
42. Проблема гласности и свободы слова в современных СМИ.

43. Профессионально-этические правила и нормы в современной журналистике. Этический кодекс журналиста.
44. Свобода печати: теоретические и практические проблемы.
45. Основные модели массовой коммуникации (Лассуэлл – Лазерсфельд).
46. Основные методы изучения общественного мнения.
47. СМИ: этические принципы и нормы. Понятие «компромат».
48. Средства массовой коммуникации: печать.
49. Средства массовой коммуникации: радио.
50. Средства массовой коммуникации: телевидение.
51. Интернет и его использование журналистом.
52. Редакция и рынок. Позиционирование издания.
53. Стимулирование сбыта информационных материалов.
54. Информационные жанры в современной журналистике.
55. Аналитические жанры в современной журналистике.
56. Художественно-публицистические жанры в современной журналистике.
57. Коммуникационные революции в истории человечества: виды и значение.
58. Сущность и значение СМИ в конструировании общества потребления.
59. Источники информации: общая характеристика и методы работы с ними.
60. Пропаганда: понятие, сущность, типы и значение.
61. «Реальность» и «медиареальность» в современном обществе.
62. Система жанров в журналистике.
63. Выразительные средства как основа для отражения авторской позиции и усиления воздействия на аудиторию.
64. Формы публикации журналистской информации.

Примеры практических заданий

Задание 1

Представить письменный сравнительный анализ нескольких материалов из печатных СМИ, в основе которых одно и то же событие или один и тот же герой. Установить специфику содержания и формы подачи информации в зависимости от целей и задач, которые ставят перед собой журналисты разных СМИ: сообщить новость о событии, рассказать о нем в форме репортажа, взять интервью у первоисточника или проанализировать ситуацию, используя методы журналистского познания действительности.

Задание 2

Необходимо проанализировать конкретную радио- или телепередачу (СМИ на выбор – жанр; структура; сочетание текста, звука, музыки, изображения; наблюдение за композицией и средствами выразительности; роль автора).

Задание 3

Написать пресс-релиз, предназначенный для публикации в виде заметки (медиатекст). Основа пресс-релиза – открытие одного из объектов строительства в социальной сфере. Источник информации – Интернет. Публикации, которые могут помочь в написании пресс-релиза, можно найти в Интернете.

Задание 4

Проанализировать номер любого печатного СМИ, при этом необходимо описать формы предъявления рекламной информации (объявление, модуль, фотография с текстом, журналистский материал и т.д.), используемые в данном номере. Особое внимание необходимо уделить использованию в рекламных целях журналистских материалов (заметка, репортаж, интервью, вопрос – ответ, обозрение, информационная корреспонденция). Газета (журнал) при сдаче работы прилагаются.

Задание 5

Изучив тексты одно журналиста, студент определяет особенности его творческого почерка (репортер или аналитики? склонность к каким-то определенным жанрам, особенности языка и стиля). Для понимания творческого почерка может быть изучена творческая биография. В зависимости от места работы журналиста (печатное, электронное, сетевое СМИ) анализируется специфика массовой коммуникации. Кандидатура журналиста согласовывается с преподавателем. Материалы, использованные при исполнении работы, прилагаются с указанием места их нахождения (номер газеты или журнала, книга, аудио- и телесюжеты берутся из архивов данных СМИ в Интернете, указывается их полный адрес (URL)).

Пример билета на экзамен

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования**

**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Ярославский филиал Финуниверситета)**

Кафедра «Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»

Дисциплина «Теория и практика средств массовой информации»

Филиал Ярославский

Форма обучения Заочная

Семестр 4 Направление 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

№ п/п	Вопросы билета	Максимальный балл
1	Массовая информация: ее роль в современном мире	15
2	СМИ в координатах мира постмодерна	15
3	Вам представлены для анализа два материала разных жанров. Определите жанр, выделив жанровые признаки. На основе примеров из текста, определите, как особенности жанра влияют на язык материала.	30

Подготовил
Утверждаю:
Заведующий кафедрой
«Государственное и муниципаль-
ное управление и медиакоммуни-
кации»

Цветкова О.Л.

Проскурнова К.Ю.

Дата _____ 20__ г.

Таблица 7 – Примеры оценочных средств для проверки сформированности компетенции

Компетенция	Типовые задания
ОПК-1 Способен 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. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Задание 1. Проанализируйте рекламный текст с точки зрения его структурных элементов: Студенческая пора — счастливое время! Мы в Магнит уверены — учиться никогда не поздно, поэтому подготовили для Вас список лучших предложений от наших партнеров и специальный подарок: промокод на 60 дней Плюса и 100 бонусов на карту Магнит. С Днем студента! 2. Осуществляет подготовку медиатекстов и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Задание 1. Напишите пресс-релиз, предназначенный для публикации на сайте Ярославского филиала Финансового университета. Основа пресс-релиза – проведение дня открытых дверей. Задание 2. Проанализируйте рекламную деятельность одной из региональных компаний (по выбору студента). Как в продвижении ее продукции учтена медиасистема региона
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. Задание 1. Соберите и систематизируйте информацию о типе целевой аудитории двух радиоканалов (по выбору студента). Как соотносятся эти данные с радио-контентом? 2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общест-венности, учитывает основные характеристики целевой аудито-рии при создании и (или) иных коммуникационных продуктов Задание 1. Используя разные социологические источники о целевой аудитории, разработа-йте два теленовостных предложения подачи одной и той же инфор-мации с учетом специфики канала. Задание 2. Используя данные о медиапредпочтениях целевой аудитории, подготовьте проект медиаплана для размещения информации о новой сети аптек.

7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

Приказ от 01 октября 2024 года №2187/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся по образовательным программам высшего образования в Финансовом университете», размещенный по ссылке: https://www.fa.ru/upload/iblock/845/yqw4vi0gi21glvu9775bfm4rz6p19b0z/Prikaz_-_2187_o-ot-01.10.2024.pdf

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

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» (последняя редакция).
3. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25.07.2002 N 114-ФЗ (последняя редакция).
4. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция).
5. Указ Президента РФ от 10.06.1994 N 1183 «О защите потребителей от недобросовестной рекламы».
6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (последняя редакция).
7. Приказ МАП РФ от 13.11.1995 N 147 «Об утверждении Порядка рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 28.11.1995 N 985).
8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.
9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (последняя редакция).

а) основная литература

1. Набокова, Л.С. Теория и практика массовой информации: Учебное пособие / Набокова Л.С., Ноздренко Е.А., Набоков И.А. - Краснояр.: СФУ, 2016. - 242 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/967842>
2. Виноградова, С.М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С.М. Виноградова, Г.С. Мельник. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 443 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/467434>

б) дополнительная литература

3. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 415 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/449867>

4. Чепкина, Э.В. Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ : учебное пособие для вузов / Э.В. Чепкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 115 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/454895>

5. Киселев, А.Г. Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А.Г. Киселёв. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 431 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1028771>

6. Марков, А.А. Теория и практика массовой информации : учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 252 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/944408>

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

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОН-ЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
7. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
8. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Наименование методических материалов для обучающихся	Год утверждения	Местонахождение материала (ссылка на сайт филиала)
Цветкова О.Л. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы по дисциплине «Теория и практика средств массовой информации» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	2024	https://cloud.mail.ru/public/CnoV/cYBRvyAHR

Приказ Финуниверситета от 14.05.2021 г. № 1040/о «Об утверждении методических рекомендаций по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры Финансовом университете»		https://www.fa.ru/upload/iblock/dc2/a5qpi6qb0k0l6jz01c4g9y1cv5x35ey3/Prikaz-1040_o-ot-11.05.2021.PDF
--	--	---

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. Компьютерные программы общего назначения Windows, Microsoft Office.
2. Антивирусная программа.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Таблица 8 – Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

№п/п	Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения	Наименование разделов и тем
1	Справочная правовая система Консультант Плюс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/	Темы 2-9

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены.

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

Материально-техническая база, которой располагает Ярославский филиал Финуниверситета: аудиторный фонд, компьютерные классы и др.

Лекционные и практические занятия проводятся в мультимедийных аудиториях филиала, а также в оборудованных компьютерами и мультимедийным оборудованием классах.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки России (утверждены 08.04.2014 № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии

социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производится с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.