

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

Кафедра массовых коммуникаций

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины: **Введение в организацию информационного производства**

Рекомендуется для направления подготовки:

42.04.02 Журналистика

Направленность программы (профиль, специализация): Организация информационного производства

Квалификация (степень) выпускника — магистр

2021

1. Цель и задачи дисциплины:

Цель - сформировать у студентов понимание основ организации информационного производства и их значение для функционирования средств массовой информации, специфики профессиональной журналистской деятельности в новых технологических и социально-политических условиях производства информации, отразить многогранность информационного труда.

Задачи:

- познакомить студентов с процессом организации информационного производства в рыночных условиях как профессиональной деятельностью, с формами его финансирования;
- познакомить с сегментированием информационного рынка и позиционированием на нем информационного товара;
- дать слушателям конкретные навыки создания бизнес-планов редакций СМИ;
- сформировать необходимые экономические знания в области производства коммерческого информационного продукта;
- развить навыки, позволяющие приспособить производство и сбыт информационной продукции к требованиям рынка,
- изучить стратегии выживания на рынке СМИ и дальнейшей максимизации прибыли,
- сформировать у студентов понимание основных профессиональных ролей, в которых им придется выступать в ходе организации процесса выпуска СМИ. Эти знания помогут молодым журналистам быстрее адаптироваться в редакционном коллективе, найти в нем свое место.

2. Место дисциплины в структуре ООП: Дисциплина относится к вариативной компоненте Блока 1.

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

| п/п | Шифр и наименование компетенции | Предшествующие дисциплины | Последующие дисциплины (группы дисциплин) |
|---|---------------------------------|--|--|
| Профессиональные компетенции | | | |
| | ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7 | Менеджмент в СМИ | Современные медиасистемы |
| | ПК-3, ПК-4, ПК-6 | Маркетинговое мышление и медиaprостранство | Методология и методика медиаисследований |
| Общепрофессиональные компетенции | | | |
| | ОПК-1, ОПК-2, ОПК-5, ОПК-7 | Медиаэкономика | Современный медиатекст |
| | ОПК-6, ОПК-7 | Современные теории массовой коммуникации | Деонтология журналистики |
| Универсальные компетенции | | | |
| | УК-1, УК-2, УК-3, УК-4 | Информационные технологии в журналистике и научных | Философские основы науки и современного журнализма |

| | | | |
|--|------------------------|---|---|
| | | исследованиях (включая технологии анализа и обработки данных) | |
| | УК-1, УК-2, УК-3, УК-4 | Социология СМИ | Проблемы современности и повестка дня СМИ |

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Соответствующая образовательная программа имеет следующий набор компетенций, соответствующих виду (видам) профессиональной деятельности:

УК-1 - способность осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.

УК-2- способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

УК-3- способность организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

ОПК-1- способность планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;

ОПК-2- способность анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-4- способность анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;

ОПК-6 - способность отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ОПК-7- способность оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.

ПК-1- способность создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов. Выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности.

ПК-2 - способность осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов.

ПК-3 - готовность создавать журналистские авторские материалы, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, знании технологии их создания и существующих профессиональных стандартов.

ПК-4 - способность осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: процесс организации информационного производства в рыночных условиях, формы его финансирования, сегментирование рынка прессы и позиционирование на нем информационного товара, типологические изменения в современной прессе, основные характеристики печатной периодики.

Уметь: свободно разбираться в системе понятий и терминов, связанных с организацией информационного производства, понимать особенности информационного

рынка, ориентироваться в структуре и функциях редакционного коллектива и его подразделений, факторах производства и, трудовых ресурсах предприятия СМИ.

Владеть: конкретными навыками бизнес-планирования работы редакции, взаимодействия с читательской аудиторией, основами профессиональных ролей, в которых придется выступать в ходе организации процесса выпуска номера газеты, формами и методами распространения издания.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 ч.).

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры | | | |
|---|-------------|----------|---|---|---|
| | | 1 | | | |
| Аудиторные занятия (всего) | 36 | 36 | | | |
| В том числе: | - | - | - | - | - |
| Лекции | 18 | 18 | | | |
| Практические занятия (ПЗ) | | | | | |
| Семинары (С) | 18 | 18 | | | |
| Лабораторные работы (ЛР) | | | | | |
| Самостоятельная работа (всего) | 72 | 72 | | | |
| В том числе: | - | - | - | - | - |
| Реферат | 4 | 4 | | | |
| Бизнес-план средства массовой информации | 66 | 66 | | | |
| Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен) | 2 | 2 | | | |
| Общая трудоемкость | 108 ч. | 108 | | | |
| | 3 з.е. | 3 | 3 | | |

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

| п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|-----|--|--|
| 1. | ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ: Социальная и массовая информация. Процесс организации информационного производства. Формы финансирования информационного производства. Масс-медиа | Тема 1. СОЦИАЛЬНАЯ И МАССОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ. Роль и место социальной информации в жизни общества. Классы и виды социальной информации. Разделение социальной информации на индивидуальную, специальную и массовую. Основные требования к социальной информации. Виды работы с информацией: создание (производство), перевод в другую знаковую систему, размножение, передача (распространение), потребление, |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>как товар. Рынок потребителей информации.</p> | <p>использование (манипулирование текстом с целью создания новой информации), хранение (для многократного использования), разрушение информации (физическое или моральное (дезавуирование) уничтожение текста). Информационная деятельность как специализированная (организованная, профессиональная) и неспециализированная (стихийная), производимая населением. Информация как любое сообщение (текст), содержащее какое-либо сведение (новое знание), относительно того или иного объекта (предмета сообщения). Информационные барьеры и их преодоление.</p> <p>Отличие массовой информации от других видов социальной информации. Массовая информация как любая социальная информация, которой на одной из стадий ее жизненного цикла оперирует масса (производство, распространение, потребление и т.д.).</p> <p>Типы массовой информации: оперативная (СМИ, реклама, плакаты, кино), фундаментальная (наука, школа, книгоиздательство, юридические органы, распространяющие правовые знания и др.). Виды массовой информации, их зависимость от средств и каналов передачи (СМИ, устные СМК, система образовательных учреждений, межличностные коммуникации и т.д.).</p> <p>ТЕМА 2. ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОИЗВОДСТВА</p> <p>Заказчик (социальные институты, руководящие идеологической жизнью общества - партийные, государственные, общественные; финансовые, коммерческие структуры и т.д.) - финансирование (государственное, негосударственное и т.д.) - цели - аудитория - информационный канал (вид СМИ, СМК) - сегментирование, позиционирование СМИ - редакционный коллектив - техническое оснащение - информационная продукция - система распространения - эффективность информации.</p> <p>Необходимость хорошего знания законодательства о СМИ, рекламе, государственной тайне и других нормативных актов, связанных с информационным производством и распространением.</p> <p>Ориентировка на рынке информационных услуг, знание потребительского спроса. Создание собственной маркетинговой службы, использование других источников.</p> <p>Учет финансово-экономических условий организации информационного производства.</p> <p>Знание технической стороны развития СМИ. Использование научно-технических достижений.</p> <p>Разработка содержательной стороны деятельности СМИ</p> |
|--|--|--|

(создание концепции издания, программы, ее воплощение в конкретных разделах, рубриках, жанрах). Организация деятельности редакции (создание редакционного коллектива, его подразделений, разработка из функций, структуры, обязанностей сотрудников, системы нормирования, контроля и стимулирования их труда).

ТЕМА 3. ФОРМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОИЗВОДСТВА.

Государственное (бюджетное) финансирование. Государственно-капиталистическое финансирование. Капитал финансово-промышленных групп. Финансирование СМИ отдельными кампаниями. Частное финансирование. Самофинансирование. Финансирование СМИ иностранным капиталом. Спонсирование СМИ.

ТЕМА 4. МАСС-МЕДИА КАК ТОВАР.

СМИ как разновидность производства (цель производства, факторы производства, его результативность, продукция, потребители). Сочетание нематериального (информация) и материального (газеты, журналы) производства в сфере журналистики. Информационный канал, передача, номер издания, рубрика, текст, иллюстрация, место на полосе как товарные единицы. Рынок СМИ и его субъекты (производители, распространители, покупатели и потребители информации). Структура рынка (информационный и медийный (рекламный)). Виды рынка по фактору производства (издательский, рабочей силы, средств производства, финансовый, информации и идей); по виду СМИ (прессы, радио, ТВ, информагентств, Интернет-СМИ); по географии распространения (местный, региональный, федеральный, мировой), по направлениям-школам журналистики (школа факта – рынок рекламы, школа мнений – рынок влияния, массовая журналистика – рынок информации).

ТЕМА 5. РЫНОК ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ИНФОРМАЦИИ.

Изучение читательской аудитории для определения ее потребностей в информации, нахождения собственной информационной ниши, потенциальных потребителей издания. Целевая аудитория, потенциальная аудитория, реальная аудитория газеты. Социально-демографические, профессиональные характеристики читателей. Опросы, анкетирование читателей. Соотношение между подпиской и розницей. Изучение

| | | |
|-----------|---|---|
| | | <p>возможностей продвижения газеты на рынок (доставка, распространения тиража, время распространения). Анализ собственной газеты и конкурирующих с ней в одном информационном поле изданий как товара (содержательно-тематическая, композиционно-графическая модель). Развитие редакционно-издательского маркетинга (общий, частный, сезонный прогноз, методы маркетинга, бюджет, контроль маркетинга).</p> |
| <p>2.</p> | <p>ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ: Потребительские параметры информационной продукции. «Жизненный цикл» периодического издания. Формы и методы распространения издания</p> | <p>ТЕМА 6. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПАРАМЕТРЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ.</p> <p>Аудиторная направленность и границы влияния, информационная ценность (оригинальность или заимствованность информации, свежесть, точность, злободневность), товарный вид (качество бумаги, полиграфическое исполнение, красочность, ясность структуры расположения материалов, наличие системы поиска информации), учет уровня подготовленности и специфики читателя, структуры спроса, конкурентность на информационном поле, индекс жизнестойкости (тип финансирования издания, источники информационной поддержки, профессионализм и кадровая структура редакционного коллектива, амбиции издателей и круга авторов).</p> <p>ТЕМА 7. «ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ» ПЕРИОДИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ.</p> <p>«Жизненный цикл» периодического издания: 1. выведение на рынок, запуск издания; 2. рост, «раскрутка» издательского товара; 3. зрелость, максимальные тираж и доходность; 4. упадок, падение тиража и рост убытков. Доходы редакции на разных этапах цикла.</p> <p>«Повторные жизненные циклы» - оживление издания с помощью нового потребительского качества, повышения тиража, доходности газеты или журнала («КП»: создание региональной сети акционерных предприятий КП, запуск «толстушки», переход на формат А3, на цвет (в Москве), сдвиг в нишу «желтых» изданий). Цитируемость издания в других СМИ. Необходимость изменения информационного качества газеты адекватно изменению поведения соперников и динамике спроса на потребительском рынке.</p> <p>Промоушен (самореклама и раскрутку периодического издания). Продвижение на рынке торговой марки, брэнда СМИ. Работа над имиджем издания. Постоянное изучение и прогнозирование читательского спроса, в производстве информационного продукта.</p> |

| | | |
|----|--|--|
| | | <p>ТЕМА 8. ФОРМЫ И МЕТОДЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИЗДАНИЯ.</p> <p>Составные успешного продвижения периодического издания на рынок: маркетинговое исследование покупателей, определение аудиторной базы издания, выбор региона его распространения. Установление тиража. Определение стоимости подписного и розничного номеров издания. Поиск оптимального времени выхода издания на рынок. Основные методы распространения информационного продукта: подписка, розничная продажа, оптовая продажа, бесплатная доставка издания. Преимущества подписки для редакции. Виды подписки: льготная, совместная, альтернативная. Дополнительные мероприятия – конкурсы, призы, лотереи, праздники газеты. Адресная (целевая) рассылка. Разработка и проведение подписной кампании. Преимущества розницы: допечатка тиражей, второго выпуска номера, изменение географии распространения, учет сезонности, недельных ритмов колебания продаж. Динамичность розничной продажи – в киосках, на лотках, с рук. Удобства для редакции оптовой продажи тиража. Цели бесплатной доставки рекламных, политических изданий. Децентрализация печатания тиражей. Распространения издания по компьютерным сетям. Структуры распространения издания при редакциях – отделы, агентства.</p> |
| 3. | <p>ПРАВОВОЙ РАЗДЕЛ: Организационно-правовые формы предприятия СМИ.</p> | <p>ТЕМА 9. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ СМИ</p> <p>Понятие предпринимательства в «Законе о СМИ». Субъекты предпринимательства (редакции СМИ, главные редакторы, журналисты, издатели, распространители). Роль учредителя СМИ. Отличие предпринимательской деятельности от некоммерческой. Учредитель как собственник, предприниматель, управляющий. Предпринимательство и менеджмент.</p> <p>Права и обязанности учредителя. Виды учредительства (частное лицо, коллектив – журналистский, трудовой, государственный орган, ведомство, общественная организация). Организационно-правовые формы предприятия СМИ (ООО, ОДО, ОАО, унитарное государственное (муниципальное) предприятие).</p> <p>Законодательство о рекламе, государственной тайне и других нормативных актов, связанных с информационным производством и распространением.</p> |
| | ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ | <p>ТЕМА 10. БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ</p> |

| | | |
|----|--|--|
| 4. | РАЗДЕЛ: Бизнес-планирование информационной деятельности | ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Необходимые элементы бизнес-плана. Краткое описание проекта. Краткое описание редакции издания. Анализ информационного рынка. План производства. Менеджмент и организация. Долгосрочное развитие, риски и стратегия выхода. Финансовый план. Логистика. Целевой рынок газеты (районной, областной, региональной, федеральной; политической, деловой, отраслевой, информационно-коммерческой, специализированной и т.д.). Ее основные конкуренты. Стратегия товарных линий: подписка на газету, розничная продажа, продажа рекламной площади в газете, предоставление услуг рекламного агентства. Основные методы стимулирования продаж. Условная единица продукции. Бизнес-план и долгосрочные цели редакции. |
|----|--|--|

5.2. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Лекц. | Практ. зан. | Лаб. зан. | Семина | СРС | Всего час. |
|-------|---|-------|-------------|-----------|--------|-----|------------|
| 1. | ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ: социальная и массовая информация. Процесс организации информационного производства. Формы финансирования информационного производства. Масс-медиа как товар. Рынок потребителей информации. | 8 | 8 | | | 16 | 32 |
| 2. | ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ: потребительские параметры информационной продукции. «Жизненный цикл» периодического издания. Формы и методы распространения издания | 6 | 6 | | | 12 | 24 |
| 3. | ПРАВОВОЙ РАЗДЕЛ: организационно-правовые формы предприятия СМИ. | 2 | 2 | | | 4 | 8 |
| 4. | ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ РАЗДЕЛ: бизнес-планирование информационной деятельности | 2 | 2 | | | 4 | 8 |

6. Лабораторный практикум не предусмотрен

7. Практические занятия (семинары)

| № | № раздела | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудо- |
|---|-----------|---|--------|
|---|-----------|---|--------|

| п/п | дисциплины | | емкость (час.) |
|-----|------------|---|----------------|
| 1 | 1 | Типы и виды массовой информации. Виды работы с информацией. | 2 |
| 2 | 1 | Организационно-правовые формы предприятия СМИ. Структура и функции редакционного коллектива. Нормирование, контроль, стимулирование журналистского труда. | 2 |
| 3 | 1 | Трудовые ресурсы предприятия СМИ. Финансовые средства периодического издания. Бюджет издания: расходная и доходная часть. | 2 |
| 4 | 1 | Сущность, структура и инфраструктура медиарынка | 2 |
| 5 | 2 | Формы и методы изучения аудитории. Сегментирование рынка прессы. Виды сегментирования телеаудитории | 2 |
| 6 | 2 | Планирование работы редакции. Позиционирование информационного товара на рынке. Маркетинговые мероприятия по улучшению | 2 |
| 7 | 3 | Конкурентность товара на информационном рынке. Характеристики выпущенного издания. Использование новых медиа-технологий для укрепления издания на информационном рынке. | 2 |
| 8 | 4 | Повторные жизненные циклы периодического издания. Ребрендинг издания. Конвергенция и мультимедиазация информационной продукции. | 2 |
| 9 | 4 | Основные виды распространения – подписка, розница, бесплатная рассылка. Новые медиаплатформы распространения издания в Интернете | 2 |

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Для осуществления образовательной деятельности по дисциплине необходимы для аудиторной работы:

- учебная аудитория с рабочими местами для проведения семинарских занятий (по числу студентов),
- доска (мел или маркеры в зависимости от качества доски) и/или флипчарт и маркерами,
- стационарный персональный компьютер с установленным программным обеспечением и доступом в сеть Интернет (допускается использование переносной аппаратуры),
- мультимедийный проектор (стационарный или переносной),
- экран (стационарный или переносной напольный).

Помещение для самостоятельной работы студентов: компьютер с установленным программным обеспечением и доступом в сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду РУДН. Все студенты должны иметь доступ к странице дисциплины в ТУИС.

9. Информационное обеспечение дисциплины

Все материалы размещены в ТУИС РУДН.

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

| N п/п | Основные сведения об электронно-библиотечной системе <*> | Краткая характеристика |
|----------|---|--|
| 1. | Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет | <p>1. Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web</p> <p>2. Университетская библиотека онлайн http://www.biblioclub.ru</p> <p>3. ЭБС Юрайт http://www.biblio-online.ru</p> <p>4. НЭБ Elibrary http://elibrary.ru</p> <p>5. Консультант студента www.studentlibrary.ru</p> <p>6. ЭБС «Лань» http://e.lanbook.com/</p> <p>7. ЭБС Юрайт http://www.biblio-online.ru</p> <p>8. Библиотека РФФИ http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library</p> <p>9. Электронные издания на сайте Московского городского психолого-педагогического университета. http://psyjournals.ru/</p> <p>10. Публикации Высшей школы экономики https://www.hse.ru/science/journals</p> <p>11. Электронные ресурсы ИИТО ЮНЕСКО http://ru.iite.unesco.org/resources/</p> <p>12. Периодические издания МГИМО https://mgimo.ru/about/structure/period/</p> <p>13. Elsevier http://www.elsevier.com/about/open-access/open-archives</p> <p>14. HighWire PRESS http://highwire.stanford.edu/lists/freeart.dtl#alcalc</p> <p>15. Oxford Open http://www.oxfordjournals.org/oxfordopen/</p> <p>16. PNAS Online – Proceedings of National Academy of Sciences of the USA http://www.pnas.org/</p> <p>17. Springer Open http://www.springeropen.com/journals</p> <p>18. Theses Canada Portal http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/</p> |

Основная литература:

1. Грабельников А.А. Введение в организацию информационного производства. - М.: РУДН, 2013.
2. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. Учебное пособие. - М.: РИП-холдинг, 2007.
3. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе: Планирование редакционной деятельности. Процесс выпуска номера газеты. Взаимодействие с аудиторией. Типология изданий: Монография. - Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012.
4. Грабельников А.А. Русская журналистика: история и современность. - М.: РУДН, 2019.

5. *Грабельников А.А., Волкова И.И., Гегелова Н.С.* Организация информационного производства на телевидении. - М.: РУДН, 2008.

Дополнительная литература:

6. *Гуревич С.М.* Экономика отечественных СМИ. Учеб. пособие. Изд. 4-е, перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2009.

7. *Давтян С.Л.* Редакционные уставы Правовые особенности организации и функционирования редакции СМИ. - М.: Институт проблем информационного права, 2004.

8. *Демина И.Н.* Экономика предприятия средств массовой информации. - Иркутск: Изд-во ИГЭА, 2001.

9. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. - М., 1996.

10. *Иваницкий В.Л.* Основы бизнес-моделирования СМИ. - М.: Аспект Пресс, 2010.

11. *Киверин В.И.* Экономика редакции газеты. Учеб. пособие. - М.: Аспект Пресс, 2002.

12. *Лозовский Б.Н.* Журналистика: краткий словарь. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004.

11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

Преподавание дисциплины сочетает в себе классическую форму университетских лекций с активным участием студентов, а также активное обучение в телекоммуникационной учебно-информационной системе. На базе этой платформы студенты выполняют задания теоретического и практического характера. Имеют неограниченный доступ к уникальному проработанному адаптированному материалу. В качестве самостоятельной работы студентам предлагается написать бизнес-план по выбранному типу СМИ (газета, журнал, радио-, телепрограмма, веб-сайт). Выполняя учебные задания, студенты должны проявить себя, как специалисты в работе с информацией, полученными данными, их обработкой и адаптацией для слушателей. Презентации и другие проекты магистров должны полностью отображать авторский замысел, раскрывать поднятую автором тему, выявлять уровень знаний изучаемой дисциплины.

**Правила выполнения письменных работ
(реферат и контрольные тестовые работы)**

Темы работ предлагаются студентам на семинарских занятиях. Работы предоставляются в виде реферата в программе Word. Требования к набранным на компьютере работам: полуторный интервал, кегль – 14, цитирование и сноски в соответствии с принятыми стандартами, тщательная выверенность грамматики, орфографии и синтаксиса.

Не разрешается представлять одну и ту же работу более чем по одному предметному курсу. Вопросы и задания по контрольным работам становятся известны непосредственно при тестировании.

Перечень рефератов по темам

1. Производственная инфраструктура рынка СМИ.
2. Содержание предпринимательства в сфере СМИ.
3. Взаимодействие государства и СМИ в рыночных условиях.
4. Характеристика предпринимателя и собственника в сфере СМИ.
5. Субъекты предпринимательства в СМИ.

6. Организационно-правовые формы предпринимательства в СМИ.
7. Формы организации хозяйственной деятельности редакции.
8. СМИ как предприятие акционерного типа.
9. Типы акционерных обществ в СМИ.
10. Цели и задачи развития предприятия СМИ.
11. Влияние внешней и внутренней среды на предприятие СМИ.
12. Механизм функционирования предприятия СМИ.
13. Структура предприятия СМИ.
14. Факторы производства предприятия СМИ.
15. Основные фонды предприятия СМИ.
16. Качественные характеристики трудовых ресурсов предприятия СМИ.
17. Критерий практичности периодического издания.
18. Характеристика компонентов стратегии сегментирования.
19. Содержание интегрального критерия «удобочитаемостью издания».
20. Составные информационной ценности издания
21. Формы финансирования информационного производства.
22. Оформительская характеристика издания.
23. Факторы, определяющие место товара на рынке прессы.
24. Характеристика потребителей печатной продукции.
25. Нормирование и учет журналистского труда.
26. Особенности планирования работы в редакциях разного типа и уровня.
27. Формы и методы распространения издания.

12. Материалы для оценки уровня освоения учебного материала (фонд оценочных средств), разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик:

Профессор
кафедры массовых коммуникаций

А.А. Грабельников

Руководитель программы

Профессор
кафедры массовых коммуникаций

А.А. Грабельников

Заведующий кафедрой

массовых коммуникаций

В.В. Барабаш

Программа утверждена на заседании кафедры массовых коммуникаций протокол № 9 от 29.04.2021 г.

Программа одобрена на заседании Ученого Совета филологического факультета протокол № 13 от 15.06.2021 г.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Филологический факультет

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЖУРНАЛИСТИКА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

Рекомендуется для направления подготовки

42.04.02 Журналистика

Специализация

«Организация информационного производства»

Квалификация (степень) выпускника — магистр

2021/2022

1.Цели и задачи дисциплины: Курс «Журналистика как социокультурный феномен» предназначен для студентов магистратуры и ставит своей целью сформировать у обучающихся представление о телевизионной журналистике как области культуры; ознакомить с методологией создания телевизионных программ с учетом социокультурного компонента, научить применять полученные знания, умения и навыки в практической работе, подготовить квалифицированные кадры телевизионных журналистов.

Задачи курса:

- ознакомить с историей вопроса и ролью тележурналистики в трансляции социальных ценностей, разъяснить, чем данная область деятельности отличается от всех других в журналистике;
- изучить социальные и культуроформирующие функции телевизионной журналистики в виде системы, компоненты которой отвечают за определенное направление в жизни и деятельности общества;
- дать полное представление о современной жанровой системе экранной публицистики,
- способствовать формированию профессиональных умений, навыков и реализации полученных знаний на практике;
- подготовить высокопрофессиональные кадры тележурналистов, отвечающих требованиям к результатам освоения дисциплины (см. компетенции).
- выявить творческую индивидуальность студентов и подготовить к самостоятельной творческой работе в условиях телевизионного производства;
- сформировать навыки и умения, необходимые для создания культурно-просветительского и социально-направленного телевизионного контента;
- научить – грамотно использовать телевизионные жанры и формы подачи информации для реализации поставленной цели.

Главная задача курса - подготовить профессиональные журналистские кадры, способные создавать журналистские произведения социокультурной направленности для разных видов СМК.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО: Дисциплина *«Журналистика как социокультурный феномен»* относится к *базовой* части блока 1 учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО

Таблица № 1

редшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

| № п/п | Шифр и наименование компетенции | Предшествующие дисциплины | Последующие дисциплины (группы дисциплин) |
|------------------------------|---------------------------------|---------------------------|---|
| Общепрофильные компетенции | | | |
| 1. | ОПК- 3 | Современные теории МК | Философские основы науки и журналистики |
| 2 | ОПК- 4 | | |
| Профессиональные компетенции | | | |
| 3. | ПК - 3 | | |

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общепрофессиональных компетенций:

ОПК- 3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

ОПК - 4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.

профессиональных компетенции:

ПК-3 Готовность создавать журналистские авторские материалы, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, знании технологии их создания и существующих профессиональных стандартов.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: ценностно-ориентирующие и социокультурные просветительские функции СМИ, понимать смысл социальных функций журналистики и методы их реализации, быть способным анализу и исследованию различных направлений деятельности и контента современных СМИ в социокультурном аспекте, знать основные термины и определения понятий изучаемой дисциплины.

Уметь: использовать эти знания в профессиональной деятельности, эффективно реализовывать ценностно-ориентирующие, социокультурные и просветительские функции СМИ в ежедневной журналистской практике; работать в редакционном коллективе, выполнять основные функции творческого работника – создавать сценарии, редактировать авторские материалы, руководить съемочным процессом.

Владеть: методами сбора и обработки информации, сценарным письмом и оформлением телевизионных сценариев, навыками создания контента социокультурной направленности, эфирной речью.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕ зачетных единиц.

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры | | | |
|---------------------------------------|-------------|----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Аудиторные занятия (всего) | 72 | | | | |
| В том числе: | - | - | - | - | - |
| <i>Лекции</i> | 16 | | | | |
| <i>Практические занятия (ПЗ)</i> | | | | | |
| <i>Семинары (С)</i> | 16 | | | | |
| <i>Контроль</i> | 10 | | | | |
| Самостоятельная работа (всего) | 30 | | | | |
| Общая трудоемкость | час | 72 ч. | | | |
| | зач. ед. | 2 ЗЕ | | | |

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|-------|---|---|
| 1. | Раздел 1. Журналистика как область производства и распространения социальной информации. Социокультурная система. | Тема 1. Журналистика как социокультурное явление. Социокультурная система, терминология, используемая в социальной антропологии и культурологии. Социокультурные суперсистемы, закономерности смены которых управляют историческим развитием обществ. «Социокультурная динамика и эволюционизм»: три суперсистемы: чувственная, идеациональная и идеалистическая. Закон последовательных циклических суперсистем; социальные и культурные системы низших уровней. Переход от одного типа мировоззрения к другому, трансформация социальных структур и культурных образцов. |

| | | |
|----|--|--|
| | | <p>А.Моль «Социодинамика культуры». Социокультурный цикл. Роль СМК в циклическом процессе распространения смыслов и идей.</p> <p>Тема 2. Концептуальные положения зарубежных и отечественных теорий коммуникации.</p> <p>Теория социальной ответственности. Денис Маккуэл; теория медиа демократического участия или, как ее еще называют, партиципаторная теория; теория культивации (Cultivation theory. Джордж Гербнер: теория полезности и удовлетворения потребностей (Theory of uses and gratification) Э.Кац; теория выстраивания приоритетов или теория формирования повестки дня (Agenda theory). М.Мак Комбс, Дональд Шоу; когнитивная теория Хойера</p> <p>Российская теория коммуникации формируется из подходов, позиций и исследований многих: Н.Федорова, П.Флоренского, В.Вернадского, М.Бахтина, Ю.Лотмана, советскими учеными А.Алексеевым, Е.Прохоровым, М.Лауристин, Ю.Воронцовым.</p> <p>Тема 3. Способы социокультурной коммуникации. Коммуникативный акт.</p> <p>Определение понятий «массовая коммуникация» П.Лазарфельдом, Р.Мертоном У.Шраммом.</p> <p>Коммуникативный акт.</p> <p>Понятие термина <i>общение</i> в журналистике.</p> <p><i>Опосредованное общение</i> с аудиторией – одна из главных сущностных характеристик телевизионной коммуникации.</p> <p>Резюмируя сказанное выше, представляется необходимым выделить следующие компоненты телевизионного коммуникативного акта: определение цели сообщения; создание телевизионной программы; трансляция сообщения; восприятие телепрограммы реципиентом; воздействие на аудиторию; эффективность коммуникационного акта; анализ эффекта коммуникации. <i>Монолог в эфире. Диалог. Телевизионный обмен</i> как способ взаимодействия и взаимопроникновение культур.</p> |
| 2. | Раздел 2. Массовая коммуникация: реалии и проблемы | <p>Тема 4. Ценностные ориентиры российского телевидения. Роль и место социокультурных и культурно-просветительских программ в деятельности современного телевидения.</p> <p>Основные термины и понятия. Ценности. Культура.</p> <p>Культура – система ценностей. Нравственные ценности. Мировоззрение. Социокультурная действительность. Функции и дисфункции телевизионной коммуникации, идеалы и реалии, традиции и современность, межкультурное взаимодействие. Особенности социокультурных и культурно-просветительских программ современного телевидения.</p> <p>Тема 5. Социально-ориентированные и культур формирующие функции телевидения.</p> <p>Социокультурные и культурформирующие функции телевизионной журналистики как система, ее составляющие, отличительные особенности, сравнительный анализ. Типология функций В.А.Шиловой: распространение знаний о действительности; социальный контроль и управление; формирование общественного мнения; идейно-воспитательная функция; реализация социальной активности; функция</p> |

| | | |
|----|---|---|
| | | распространения культуры; функция развлечения; коммуникативная или функция социальной связи; Функция мобилизации. Индивидуально-ориентированные функции: информационная, личностной идентификации, интеграции и социального общения; развлечения. |
| 3 | Раздел 3. Культурно-просветительская миссия телевидения в конструировании социальной реальности | Тема 6. Современная классификация телевизионных жанров. Формат телепрограмм. Жанры телевидения, синтетические жанры, новые жанры, появившиеся на телевидении в переходный период. Информационные, аналитические, художественные жанры. публицистики. Определение понятия «формат программы». Разновидности телевизионных форматов. Тема 7. Тематика социально-значимых телепрограмм Социально значимые программы патриотической направленности, освещающие, лучшие достижения |
| 4. | Раздел 4. Создание социокультурного контента. | Тема 8. Проектирование социокультурных телепрограмм Замысел, идея, тема, установка, заявка, сценарий, композиция жанр, документальный цикл, рубрики, целевая аудитория. Нацеленность на определенный сегмент аудитории. Тема 9. Этапы создания социокультурных телепроектов Организационно-подготовительный период. Выбор и знакомство с героями. Отбор и систематизация фактического материала. Выбор места съемки. Оформление заявки и сценария. Цикловые программы, рубрики, жанры. |

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Лекц. | Практ. зан. | Контроль | Семина | СРС | Всего час. |
|--------|---|-------|-------------|----------|--------|-----|------------|
| 1. | Раздел 1. Журналистика как область производства и распространения социальной информации | 4 | | 2 | 4 | 7 | 17 |
| 2. | Раздел 2. Массовая коммуникация: реалии и проблемы | 4 | | 3 | 4 | 7 | 17 |
| 3. | Раздел 3. Культурно-просветительская миссия телевидения в конструировании социальной реальности | 4 | | 3 | 4 | 8 | 19 |
| 4. | Раздел 4. Создание социокультурного контента. | 4 | | 3 | 4 | 8 | 19 |
| ИТОГО: | | 16 | | 10 | 16 | 30 | 72 |

6. Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом

7. Практические занятия (семинары)

Практические занятия (семинары)

| № п/п | № раздела дисциплины | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (час.) |
|-------|----------------------|---|---------------------|
|-------|----------------------|---|---------------------|

| | | | |
|----|-------|---|----|
| 1. | 1 | Культура и журналистика | 2 |
| 2. | 1 | Социокультурные направления телевизионная коммуникации. | 2 |
| 3 | 1 | Модели культурно-просветительская телепрограмм | 3 |
| 4 | 2 | Типология и методы создания социокультурного контента. | 3 |
| 5 | 2 | Специфика программ социокультурной направленности на федеральных телеканалах (по выбору): жанры, форматы, тематика. | 3 |
| 6 | 3 | Создание социокультурного проекта. | 3 |
| | Итого | | 16 |

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

| № п/п | Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом | Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|-------|---|--|--|--|
| 1 | Журналистика как социокультурный феномен | Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.10, корп.2 Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: ауд.№ 528 | комплект мебели, моноблок Lenovo C560 - 20 шт., проектор Epson EB-955W, экран моторизованный | Windows установлен при покупке. Office ID 86626883 |

9. Информационное обеспечение дисциплины

а) программное обеспечение: MS Office

б) сайты, базы данных, открытые ресурсы и т.д., информационно-справочные и поисковые системы: http://antropology.ru/ru/texts/volodina/masscult_03.html; http://genhis.philol.msu.ru/article_49.html; [www.relga.ru / Environ / WebObjects / tgu-www.woa / wa / Main?textid=239&level2=articles](http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=239&level2=articles); www.gramota.ru, www.gramma.ru, www.portal-slovo.ru.

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

| № п/п | Основные сведения об электронно-библиотечной системе <*> | Краткая характеристика |
|-------|---|--|
| 1. | Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет | 1. Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web 2. Университетская библиотека онлайн http://www.biblioclub.ru 3. Национальный цифровой ресурс "РУКОНТ" http://rucont.ru 4. Консультант студента www.studentlibrary.ru |

Основная литература:

1. Гегелова Н.С. «Культурная миссия телевидения», М., 2011.
2. Гегелова Н.С. Журналистика как социокультурный феномен. М. 2015.
3. Gegelova N.S. Journalism as sociocultural phenomenon/Moscow.2015/

4. *Грабельников А.А., Гегелова Н.С. «Экранная коммуникация и визуализация журналистики».* Тверь, 2019.

5. *Грабельников А.А. Средства массовой информации постсоветской России: Учеб. пособие.* – М.: Изд-во РУДН, 1996..

Дополнительная рекомендуемая литература:

1. Багиров Э.Г., Борецкий Р.А., Юровский А.Я. Основы телевизионной журналистики. – М., 2002.

2. Белик А.А. Культурная (социальная антропология): Учеб. пособие. – М.: РГГУ, 2009.

3. Борецкий Р. Телевизионная программа. – М., 1967.

4. Бурдые П. О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой; Отв. ред., предисл. Н. Шматко. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002.

5. Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. – М.: Институт современного искусства, 1997.

6. Герасимова С.А. Культурология и теория телекоммуникации: элементарный курс. – М.: Гардарики, 2007.

7. Голдовская М.Е. Творчество и техника (Опыт экранной публицистики). – М.: Искусство, 1986.

8. Голдовская М.Е. Женщина с киноаппаратом. – М.: Материк, 2002.

9. Голдовская М.Е. Человек крупным планом. – М., 1981.

10. Гуревич П.С. Культурология. М., 2009.

11. Добросклонская Т.Г. Язык средств массовой информации. – М.: КДУ, 2008.

12. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. – М.: Злотоуст, 1999.

13. Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. – 3-е изд. – М.: Эдиториал УРСС, 2006.

14. Лаптева О.А. Живая русская речь с телеэкрана: Разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. – М.: ЛКИ, 2007.

15. Литвинцев А.Э. Канал «Культура» на перекрестке телевизионных традиций. Ч.1. – М. ИПК, 2007.

16. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Семиосфера. – СПб.: Искусство СПб, 2000.

17. Лотман Ю.М. Семиотика и типология культуры. К проблеме типологии культуры // История и типология русской культуры. – СПб.: Искусство СПб, 2002.

18. Международный обмен телевизионными программами. – М.: Наука, 1988.

19. Моль А. Социодинамика культуры / Пер. с фр. – М.: Прогресс, 1973.

20. Муратов С.А. Диалог. Телевизионное общение в кадре и за кадром. М., 1983.

21. Муратов С.А. Встречная исповедь: Размышления о культуре телевизионного диалога. – М.: Знание, 1988.

22. Муратов С.А. Выносятся на обсуждение. – М., 1985.

23. Муратов С.А. Нравственные принципы тележурналистики: Опыт этического кодекса. – М.: Права человека, 1997.

24. Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. – М.: Аспект-пресс, 2004.

25. Сапак В.С. Телевидение и мы. – М., 1988.

26. Сапунов Б.М. Культурология телевидения: Основы истории мировой и российской культуры. – М., 2001.

27. Сенкевич М.П. Культура телевизионной и радиоречи. – М., 1996.

28. Сенкевич М.П. Основы стилистики и культуры радио- и телевизионной речи: Учеб. пособие. Ч. 1. – М.: ИПК, 1992.

29. Сметанина С. Медиа-текст в системе культуры. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002..

- 30.Цвик В.Л. Телевидение, системные характеристики. – М., 1998.
31.Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
32.Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика – М.: Аспект Пресс, 2004.
33.Цвик В.Л. Телевидение: системные характеристики. – М., 1999.

11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины:

Успеваемость студента-магистранта определяется по посещаемости занятий, активного участия студента в обсуждении изучаемых тем. Основные группы баллов студент получает за письменные контрольные работы и активной работе на занятии. От студентов требуется посещение лекций и семинарских занятий, обязательное участие в аттестационно-тестовых испытаниях, выполнение заданий преподавателя.

Требования к набранным на компьютере творческим работам: полуторный интервал, кегль – 14, шрифт –Times New Roman, цитирование и сноски - в соответствии с принятыми стандартами, тщательная вычитка текста на предмет выявления орфографических и пунктуационных ошибок, опечаток и стилистических ошибок.

Недопустимо включать в свою работу выдержки из работ других авторов без указания на это, пересказывать чужую работу близко к тексту без отсылки к ней, использовать чужие идеи без указания первоисточника. Это касается и источников, найденных в интернете. Необходимо указывать полный адрес сайта. Все случаи плагиата должны быть исключены.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик:

профессор кафедры массовых коммуникаций

Н.С.Гегелова

Руководитель программы

профессор кафедры массовых коммуникаций

А.А.Грабельников

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций,
профессор

В.В.Барабаш

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Филологический факультет

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА PR

**Рекомендуется для направления подготовки
для направления подготовки 42.04.02**

**Квалификация выпускника –
Журналистика «ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОИЗВОДСТВА»
(магистры)**

Направленность программы (профиль)

**Б1.В.ДВ.1.1
Б1.В.ДВ.01.01**

1. Цели и задачи дисциплины:

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель – ответить на вопрос: «ЧТО ТАКОЕ Public Relations (PR)?», а также, чем данная деятельность отличается от других направлений массовых коммуникаций, например, рекламы, и выработать у студента базисные навыки, необходимые для высококвалифицированного специалиста в данных сферах деятельности.

Задачи:

- четко определить предмет и объект PR, а также место PR в системе массовых коммуникаций, общества в целом;
- сформулировать отличия PR других направлений массовых коммуникаций, таких, как журналистика, реклама и др.;
- рассмотреть историю PR и рекламы как самостоятельных, а также смежных сфер деятельности;
- ознакомиться с основными PR-терминами;
- понять отличия PR от смежных понятий (паблисити, пропаганда и др.) и дисциплин: рекламы, маркетинга, менеджмента;
- показать возможности использования PR-знаний в различных сферах жизни и бизнеса;
- освоение практических навыков работы в области PR и рекламы, таких, как написание пресс-релизов (press-release), работа с PR-брифом (brief), и, главное, - усвоение структуры PR и рекламной кампании: ее этапов, элементов, возможных тактик и пр.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

В соответствии с ООП РУДН «Теория и практика PR» является вариативной дисциплиной учебного плана подготовки по направлению журналистика «ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОИЗВОДСТВА» (магистры).

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

| № п/п | Шифр и наименование компетенции | Предшествующие дисциплины | Последующие дисциплины (группы дисциплин) |
|-------------------------------------|---------------------------------|----------------------------|--|
| Профессиональные компетенции | | | |
| | ПК-3 | Современный медиатекст | New media |
| Общепрофильные компетенции | | | |
| | ОПК-2, ОПК-3 | Межкультурная коммуникация | Коммуникационные инструменты в on-line среде |
| Общекультурные компетенции | | | |
| | ОК-3 | Психология управления | Рекламная коммуникация как социокультурный феномен |

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

1. готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
2. готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);
3. готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации (ОПК-3);
4. способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования (ПК-3);

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- закономерности и этапы, как исторического, так и современного процесса развития связей с общественностью (Public Relations: PR), основные события и тенденции, как российских, так и зарубежных PR;
- роль и возможности практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, шоу-бизнесе и мн.др.;
- при этом знать и понимать отличие PR от других дисциплин: рекламы, маркетинга, менеджмента;
- основные термины и определения PR: паблисити (publicity), корпоративная идентичность (corporate identity), PR-имидж (image), целевая общественность (target group), общественное мнение (public opinion) и др.;
- широкий спектр подходов к PR и виды PR-деятельности (работа со средствами массовой информации: СМИ; выставочная деятельность; создание и поддержание корпоративной идентичности PR-заказчика и мн.др.);
- отличия PR от смежных понятий (реклама, паблисити, пропаганда и др.);
- особенности планирования, проведения и исследования реализованной PR-кампаний.

Уметь:

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных, социальных и экономических наук в профессиональной деятельности, а также непосредственно профессиональные знания в области PR (это должно касаться, как работы в российских, так и зарубежных организациях);

- ориентироваться в мировой экономике, политике и бизнесе в связи с PR-деятельностью, анализировать процессы и явления для принятия стратегических и

тактических решений на уровне организации/бренда/бизнеса и пр., в котором предстоит работать;

- иметь разделить PR-деятельность на этапы (анализ; планирование; реализация; мониторинг эффективности);

- работать в кризисных ситуациях, адаптироваться в условиях стресса, обладая для этого определенными профессиональными PR-навыками (изучив возможные модели кризисных PR).

Владеть:

- указанными в программе компетенциями.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

2 зачетные единицы = 72 часа, 16 ауд., 56 самостоятельной работы студента

| Вид учебной работы | Всего часов | 1 |
|---------------------------------------|-------------|-----------|
| | | |
| Аудиторные занятия (всего) | | |
| В том числе: | | |
| Лекции | 8 | 8 |
| Семинары (С) | 8 | 8 |
| Самостоятельная работа (всего) | 56 | 56 |
| Общая трудоемкость | час | 72 |
| | зач. ед. | <u>2</u> |

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|-------|--|--|
| 1 | Раздел 1: История PR: основы PR-деятельности | История становления PR (Public Relations) как науки и практики, а также особенности определений и работы в PR. |
| 2 | Раздел 2: Компетенции PR-специалиста | PR как наука и практика. Паблик рилейшнз (Public Relations) в системе массовых коммуникаций. |
| 3 | Раздел 3: Подходы и методы работы в PR-деятельности | Подходы к PR-практике. Методы и концепции PR. Творческая и стереотипная деятельность в PR. |

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Лекц. | Семин | СРС | Всего час. |
|-------|------------------------------------|-------|-------|-----|------------|
| 1. | История PR: основы PR-деятельности | 2 | 2 | 20 | 24 |
| 2. | Компетенции PR-специалиста | 2 | 2 | 20 | 24 |

| | | | | | |
|----|---|---|---|----|----|
| 3. | Подходы и методы работы в PR-деятельности | 4 | 4 | 16 | 24 |
|----|---|---|---|----|----|

5. Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом

6.

7. Практические занятия (семинары)

| № п/п | № раздела дисциплины | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (час.) |
|-------|----------------------|---|---------------------|
| 1 | 1 | Решение PR-задач, взятых из реальной практики и адаптированных для учебных нужд | 4 |
| 2 | 2 | Доклады-презентации студентов, у которых анализируется опыт известных компаний в области их PR-деятельности | 4 |
| 3 | 3 | Разбор написанных ранее эссе, посвященных актуальным PR темам | 8 |

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

мультимедийная аудитория, компьютер, проектор, экран

9. Информационное обеспечение дисциплины

При подготовке своих работ, студенты пользуются текстовым редактором Microsoft *Word*; программой для презентаций Power Point или их любыми другими аналогами при условии соблюдения авторских прав правообладателей и возможности демонстрации файлов в учебных аудиториях. Также студентам следует использовать различные поисковые Интернет-системы. При подготовке выступлений и работе над кейсами, изучать информацию, размещенную на веб-сайтах российских и зарубежных организаций. Также поощряется использования различных поисковых систем: Google Scholar, электронный каталог Российской государственной библиотеки <https://www.rsl.ru/> и др. информационные ресурсы.

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Баранов Д.Е., Демко Е.В., Лукашенко М.А. PR: теория и практика: учеб. – М.: Маркет ДС, 2008. – 328 с. (Университетская серия).
2. Ванова А. PR: КАК СТРУКТУРИРОВАТЬ PR-ПРОЕКТ? (Методическое пособие). – М.: Из-во «Безопасность труда и жизни», 2008. – 48 с.
3. Ванова А. PR: КАК СОЗДАТЬ КОРПОРАТИВНУЮ ИДЕНТИЧНОСТЬ? (Методическое пособие). – М.: Из-во «Безопасность труда и жизни», 2008. – 40 с.
4. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: учеб. Пособие для вузов/пер. с англ. Под ред. Б. Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
5. Иванова Е.А. PR: методы и техники изучения: Методические указания и контрольные задания (учебно-методическое пособие). – М.: Из-во РУДН, 2008. - 63 с.
6. Игнатъев Д., Бекетов А. Настольная энциклопедия Public Relations. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 496 с.
7. Даг Ньюсом (Doug Newsom), Джуди ВанСлайк Терк (Judy VanSlyke), Дин Крукеберг (Dean Kruckerberg) Все о PR: теория и практика паблик рилейшнз (This is PR: The Realities of Public Relations). – 7-е изд.: пер. с англ. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2001. – 628 с.
8. Ширли Хэпписон (Shirley Harrison) «Связи с общественностью» (Public Relations). Вводный курс/Пер. с англ. Под ред. Г. Е. Алпатова. – Спб.: Издательский Дом «Нева», 2003. – 368 с.

б) дополнительная учебно-профессиональная литература

- Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров. - М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем". Издательство "ГНОМ-ПРЕСС", 2003.
- Антипов К.В., Баженов Ю.К. Паблик рилейшнз для коммерсантов: Учебно-практическое пособие. - М.: Издательский Дом "Дашков и К°", 2000.
- Баури Филипп А. PR или стратегия доверия. - М.: "Инфра-М", 2001.
- Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR. - М.: Фаир-Пресс, 2001.
- Борисов Б.Л. Реклама и паблик рилейшнз. Алхимия власти. - М.: РИП-Холдинг, 1998.
- Бортник Е. М., Коротков Э. М., Никитаева А. Ю. Управление связями с общественностью: Учебное пособие/под ред. Проф. Э. М. Короткова. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2002.
- Блэк Сэм Паблик рилейшнз. Что это такое? - М.: Издательство "Новости" совместно с АСЭС-Москва, 1990.
- Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public Relations, ч. 1, 5-е изд., дополненное. - СПб.: ООО "ТРИЗ-ШАНС": Изд.дом "Бизнес-Пресса", 2001.
- Гартон Э. Паблсити: жми сюда. – Пер. с англ.: (Annie Gurton Press Here! How to Develop Good Relationships with Journalists and Achieve Positive Editorial Publicity). - СПб.: Питер, 2003.
- Горкина М. Б., Мамонтов А. А., Манн И. Б. PR на 100 %: Как стать хорошим менеджером по PR. – М.: Альпина Паблишер, 2003.
- Грин Энди Креативность в паблик рилейшнз/Пер. с англ. Под ред. А. Н. Андреевой. – СПб.: Издательский Дом «Нева», 2003.
- Доти Дороти Паблсити и паблик рилейшнз. - М.: "Филинь", 1996.
- Калиберда Е. Г. Связи с общественностью: вводный курс. Учебное пособие. – М.: Логос, 2003.
- Королько В.Г. Основы Паблик рилейшнз. - Киев: "Ваклер", 2000.
- Кривоносов А.Д. Жанры PR-текста: Учебное пособие для студентов отделений связей с общественностью. - СПб.: Лаборатория оперативной печати ф-та журналистики СПбГУ, 2001.
- Крылов А.Н. Корпоративная идентичность для менеджеров и маркетологов: Учебное пособие. М.: Издательство ИКАР, 2004. – 226 с. Издание 2-с.
- Куртов А., Каган М. Охота на дракона: о выборах и политическом консультировании. - СПб.
- Лукашев А.В., Пониделко А.В. Черный PR как способ овладения властью, или Бомба для имиджмейкера. 3-е изд., испр. и доп. - СПб.: Изд. Дом "бизнес-Пресса", 2002.
- Миллер Стив Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. (Пер с англ.) – М.: Издательский дом «Довгань», 1998.
- Пашенцев Е.Н. Связи с общественностью: мировая практика и современная Россия. - М.: ИТРК РСШ, 2000.
- Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов, 2-е издание, исправленное и дополненное. - Киев: "Рефл-бук", "Ваклер", 2000.
- Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник/Под ред. Проф. Г.А. Васильева. -М.: ЮНИТИ, 2000.
- Уилкокс Деннис Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ: пер. с англ. 4-е изд. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2004.
- Шишкина М.А. PR в системе социального управления. - СПб.: "Паллада-медиа" СЗРУ "Русич", 2002.
- Шомели Ж., Уисман Д. Связи с общественностью. 9-е изд./Пер. с франц. Под ред. Г. Е. Алпатова. – СПб.: Издательский Дом «Нева», 2003.

11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины:

Реализация курса предусматривает интерактивные лекции, практические занятия (семинары) с использованием мультимедийного оборудования и интерактивного учебника, подготовку самостоятельных творческих работ и их последующие презентации, решение

PR-задач/ситуаций из реальной PR-практики, тестирование, проведение групповых дискуссий по тематике курса, современные технологии контроля знаний, а также написание эссе, посвященных актуальным темам в области массовых коммуникаций, с их последующим чтением и обсуждением в аудитории (профессиональный анализ и дискуссия).

12. Материалы для оценки уровня освоения учебного материала (фонд оценочных средств), разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН/ФГОС ВО.

Разработчики:

Доцент кафедры массовых коммуникаций

подпись

Е.А. Иванова

Руководитель программы

Организация информационного производства
Руководитель программ

подпись

А.А. Грабельников

Зав.каф массовых коммуникаций

название кафедры

подпись

В.В. Барабаш

Программа утверждена на заседании кафедры массовых коммуникаций протокол № 9 от 29.04.2021 г.

Программа одобрена на заседании Ученого Совета филологического факультета протокол № 13 от 15.06.2021 г.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Филологический факультет

Рекомендовано МССН

Кафедра массовых коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:

Язык и стиль СМИ

Рекомендуется для направления подготовки

42.04.02.

Организация информационного производства

1.Цели и задачи дисциплины: курс «Язык и стиль СМИ» предназначен для магистров, обучающихся по направлению «Организация информационного производства»

Понимание состояния и актуальных процессов развития языка и стиля в современных СМИ необходимо современному журналисту, так как словесный текст – это и основной инструмент, и главный результат журналистской деятельности.

Цель курса - формирование комплекса знаний об истории, современном состоянии и перспективах развития языка стиля СМИ, а также комплекса профессиональных умений речевой практики по созданию журналистских текстов.

Главная задача курса - подготовить высокопрофессиональные кадры журналистов, способных целенаправленно и планомерно, посредством создания качественного информационного контента, успешно осуществлять на практике эффективную речевую практику в СМИ.

Задачи курса:

- ознакомить с современными тенденциями в обществе, влияющими на речевую практику СМИ;
- сформировать у учащихся систему знаний об особенностях современного языка и стиля текстов средств массовой информации и коммуникации,
- рассмотреть актуальные процессы, которые наблюдаются в журналистской речи;
- изучить особенности функционирования журналистских текстов в медиaprостранстве;
- обучить приемам и навыкам создания публичных текстов, ориентированных на массовую аудиторию

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

| п/п | Шифр и наименование компетенции | Предшествующие дисциплины | Последующие дисциплины (группы дисциплин) |
|-----------------------------------|---------------------------------|--|---|
| Универсальные компетенции | | | |
| | УК-7 | Методология и методика медиаисследований | Информационная безопасность |
| Общепрофильные компетенции | | | |
| | ОПК-1 | Современные теории массовой коммуникации | Современный медиатекст |
| | ОПК-6 | Межкультурные | Современный медиатекст |

| | | | |
|--|--|--------------|--|
| | | КОММУНИКАЦИИ | |
| | | | |
| | | | |

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-7 Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов отслеживать и учитывать изменения норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

ОПК-6 - Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: особенности современного языка и стиля СМИ;

Уметь: применять в речевой практике знания об актуальных процессах в журналистской речи;

Владеть: навыками формирования журналистских текстов с учётом особенностей их функционирования в медиaprостранстве.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры | | | |
|---------------------------------------|-------------|----------|--|---|---|
| | | 2 | | | |
| Аудиторные занятия (всего) | | | | | |
| В том числе: | | | | - | - |
| Лекции | 9 | 9 | | | |
| Практические занятия (ПЗ) | 18 | 18 | | | |
| Семинары (С) | | | | | |
| Лабораторные работы (ЛР) | | | | | |
| Самостоятельная работа (всего) | 101 | 101 | | | |
| Контроль | 16 | 16 | | | |
| Общая трудоемкость | час | 144 | | | |
| зач. ед. | | 4 | | | |

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|-------|--|--|
| 1. | Газетно-публицистический стиль и его трансформация в современных медиатекстах. | История формирования газетно-публицистического стиля. Основные базовые характеристики и стилевые пометы. Актуальные процессы в русском языке и их влияние на изменения в языке и стиле СМИ. Воздействие общественно-политических процессов на язык и стиль СМИ. Смещение стилей. Формирование переходных и смежных жанров. Проблемы медиатекста в аспекте теории |

| | | |
|----|--|---|
| | | коммуникации. Речевое взаимодействие автора и адресата. Особенности подачи и восприятия информации, формирования, передачи и восприятия порождённых смыслов. Факторы речи, осложняющие процесс понимания медиатекста. |
| 2. | Медиатекст и проблемы лингвистической безопасности в контексте формирования глобального информационного пространства. Информация в современном мире. | Сущность лингвистической безопасности и её основные понятия. История вопроса и теоретические предпосылки. Юрислингвистика как новая наука на стыке двух областей знаний. Уровни лингвистической опасности: нарушения культуры речи и литературной нормы, коммуникативная неудача, речевые конфликты, лингвистический экстремизм. Информация как опора и результат журналистского творчества. Информация и её синонимы. Типы, аспекты и формы предоставления информации. |
| 3. | Литературная норма и культура речи журналиста | Принципы речевого этикета в массовой коммуникации. Понятие, критерии и типы литературной нормы. Факторы, влияющие на изменение нормы и её вариативность. Норма в языке: императивная и диспозитивная, грамматическая, лексическая, орфоэпическая, стилистическая. Культура речи и средства массовой информации: основные проблемы. Типология нарушений орфоэпических, грамматических, лексических и иных норм в СМИ. |
| 4. | Содержание и форма медиатекста. Образные выразительные средства и стилистика журналистской речи | Принципы формирования журналистского текста. Основные требования и критерии. Содержание и форма, композиция и структура, стандарт, экспрессия, оценочность. Лексические средства выразительности и их стилистическое использование в медиатекстах. Иносказание, тропы и синтаксические фигуры как средство воздействия. Ирония и языковая игра. Грамматическая стилистика в текстах СМИ. |
| 5. | Знаки культуры в журналистских текстах | Взаимодействие языка и культуры как предмет лингвокультурологии. Основные направления в понимании культуры. Культура и цивилизация. Языковая картина мира и языковая медиальность. Медиатекст как продукт культуры. Культура в языке и язык в культуре. Культурная коннотация в медиаобразе человека. Мифы, легенды, обряды, ритуалы, обычаи, поверья, закреплённые во фразеологизмах, поговорках и образно-мифологических единицах. Метафора как способ представления культуры. Символы и стереотипы как проявление национально-культурного менталитета в медиатексте. |
| 6. | Авторское и «чужое» слово в текстах СМИ | Герменевтика как наука о понимании. Основные категории герменевтики: понимание, интерпретация, смысл, диалогичность. Разноречие и «чужое» слово. Неавторское в авторском тексте СМИ. Концепция |

| | | |
|----|--|--|
| | | «смерти автора». Разнообразие и факторы интерпретаций как результат восприятия. Заданное и непреднамеренное. Разноречие и «чужое слово». Стилизация, пародия, сказ. Разновидности реминисценций. Реминисценция-перифраз-логоэпистема. Типология логоэпистем. Теория интертекстуальности. |
| 7. | Речевая агрессия в текстах СМИ | Речевая агрессия в СМИ и обществе. Общие понятия лингвистической конфликтологии. СМИ как катализатор речевых конфликтов. «Язык вражды» в СМИ и межэтнические, межнациональные, межконфессиональные конфликты. Языковое манипулирование и рекламная деятельность. Причины порождения конфликтного текста в сфере массовой коммуникации. Механизм порождения инвективного высказывания в СМИ. Экспрессивность газетной публицистики и конфликтный текст. Лингвистический статус ненормативной лексики в сфере массовой коммуникации. Оценка, ирония и диффамация в текстах СМИ. Текстовая аномалия как коммуникативная неудача. Типология текстовых аномалий. Языковые аномалии как нарушение механизма речеобразования. Смысловые аномалии как нарушение механизма мыслеобразования. Типология языковых аномалий. Намеренные и ненамеренные аномалии. Ненамеренные аномалии как коммуникативная неудача. Методика выявления текстовых аномалий. |
| 8. | Информационные технологии и современный медиатекст | Современные информационные и компьютерные технологии в журналистском творчестве. Особенности русского языка и функционирования журналистского текста в Интернете и мобильных устройствах. Современный медиатекст в условиях конвергентности. Философия гипертекста в сетевых СМИ: особенности содержания и формы. Роль языка и стиля в процессе персонализации медиаконтента. Программное обеспечение в работе с текстами СМИ. Проблемы роботизации медиапространства. Эффективность и негативность воздействия ИКТ на речевую практику СМИ. |
| 9. | Правовые аспекты публичного функционирования русского языка в российской федерации | Обзор законов, регламентирующих деятельность СМИ и устанавливающих ответственность за нарушения, связанные с созданием и распространением информационных текстов. Тексты СМИ в контексте борьбы государства и общества с экстремизмом. Проблемы диффамации в текстах СМИ. Гражданские иски к СМИ и журналистам по защите чести, достоинства и деловой репутации. Уголовные иски к СМИ и журналистам: дела по оскорблению и клевете. Уголовные иски к СМИ: дела по разжиганию межнациональной и |

| | | |
|--|--|--|
| | | межконфессиональной вражды. Закон РФ «О средствах массовой коммуникации». Закон «О рекламе». Закон «О государственном языке Российской Федерации». |
|--|--|--|

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Лекц. | Практ. зан. | Рубежная аттестация | Итоговая аттестация | СРС | Всего час. |
|-------|--|-------|-------------|---------------------|---------------------|-----|------------|
| 1. | Газетно-публицистический стиль и его трансформация в современных медиатекстах. | 1 | 2 | | | 11 | 14 |
| 2. | Медиатекст и проблемы лингвистической безопасности в контексте формирования глобального информационного пространства. Информация в современном мире. | 1 | 2 | | | 11 | 14 |
| 3. | Литературная норма и культура речи журналиста | 1 | 2 | | | 11 | 14 |
| 4. | Содержание и форма медиатекста. Образные выразительные средства и стилистика журналистской речи | 1 | 2 | | | 11 | 14 |
| 5. | Знаки культуры в журналистских текстах | 1 | 2 | | | 11 | 14 |
| 6. | Авторское и «чужое» слово в текстах СМИ | 1 | 2 | | | 11 | 14 |
| 7. | Речевая агрессия в текстах СМИ | 1 | 2 | | | 11 | 14 |
| 8. | Информационные технологии и современный медиатекст | 1 | 2 | | | 12 | 15 |
| 9. | Правовые аспекты публичного функционирования русского языка в российской федерации | 1 | 2 | | | 12 | 15 |
| | | | | 8 | 8 | | 16 |
| | Итого | 9 | 18 | 8 | 8 | 101 | 144 |

6. Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом

7. Практические занятия (семинары)

| № п/п | № раздела дисциплины | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (час.) |
|-------|----------------------|---|---------------------|
| | | | |

| | | |
|--------|---|---|
| 1 · | Современное состояние газетно-публицистического стиля – стиля СМИ | 2 |
| 2 · | Уровни лингвистической опасности | 2 |
| 3 · | СМИ и проблемы кодификации нормы | 2 |
| 4 · | Содержание и форма журналистского текста | 2 |
| 5 · | Культура в языке язык в культуре | 2 |
| 6 · | Разновидности «чужого» слова в текстах СМИ | 2 |
| 7 · | Речевые конфликты и текстовые аномалии | 2 |
| 8 · | Гипертекстовое структурирование текста СМИ | 2 |
| 9 · | Проблемы диффамации в текстах СМИ | 2 |

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Применение раздаточного материала в виде цветных и черно-белых ксерокопий.

Использование интерактивной доски, проектора, DVD-плеера, видеомэгаффона, телевизора для просмотра презентаций и другого видеоматериала по темам данного курса.

Материальное обеспечение курса.

Компьютерные программы Word, PowerPoint.

9. Информационное обеспечение дисциплины

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Национальный корпус русского языка - www.ruscorpora.ru
2. Портал «Русский язык» - www.gramota.ru
3. Словари и энциклопедии на Академике - <http://dic.academic.ru/>
4. Портал [Экстремизм.ru](http://www.ekstremizm.ru/) - [Всё о терроризме и экстремизме](http://www.ekstremizm.ru/)<http://www.ekstremizm.ru/>
5. Общероссийская общественная организация «Национальная ассоциация журналистов «Медиакратия» - Законы РФ, регламентирующие деятельность СМИ http://mediacratia.ru/owa/mc/mc_references.html?a_id=593&p_page=2
6. Библиотекарь.РУ <http://bibliotekar.ru>
7. Интернет-библиотека СМИ Public.Ru - <http://www.public.ru>
8. Поисковая система Яндекс - <http://www.yandex.ru>
9. Поисковая система Google - <http://www.google.ru/>
10. Университетская библиотека ONLINE - <http://www.biblioclub.ru/>
11. Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/>

Все материалы размещены в ТУИС.

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Апресян Ю.Д. Языковые аномалии: типы и функции // Res PHILOLOGICA. Филологические исследования. М.- Л., 1990.
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М., 1969.
3. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика: учеб. Пособие. — М., 2007.
4. Батов В.И. Анализ и интерпретация личностного в тексте. Диссертация доктора культурологии. – М., 2003
5. Бельчиков Ю. А. Лексическая стилистика. М., 1977.
6. Бельчиков Ю.А. Стилистика и культура речи. - М.: Изд. УРАО, 2000.
7. Бельчиков Ю.А., Засурский Я.Н. Язык массовой и межличностной коммуникации. – М.: Медиа-Мир, 2007. – 571 с.
8. Бердышев С.Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления: М., 2008, – 252 с.
9. Васильева А. Н. Курс лекций по стилистике русского языка. М., 1976.
10. Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Культура и искусство речи. Современная риторика. Ростов-на-Дону. Издательство «Феникс». 1996.
11. Виноградов В. В. О языке художественной литературы. М., 1959.
12. Виноградов В. В. Стилистика: Теория поэтической речи. Поэтика. М., 1963.
13. Винокур Г. О. О языке художественной литературы. М., 1991.
14. Володина М.Н. Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. – М.: Филологический фак. МГУ им. М. В. Ломоносова, 2008. – 515 с.
15. Галяшина Е.И., Горбаневский М.В., Пантелеев Б.Н., Сафонова Ю.А. Памятка по вопросам назначения судебной лингвистической экспертизы: Для судей, следователей, дознавателей, прокуроров, экспертов, адвокатов и юристконсультантов / Под ред. М.В. Горбаневского. – М.: Медей, 2004.
16. Голев Н.Д. Юридический аспект языка в лингвистическом освещении // Юрислингвистика-I: Проблемы и перспективы. Барнаул, 1999.
17. Головин Б.Н. Основы культуры речи. - М., 1980 - цит. по Соколова В.В. Культура речи и культура общения. - М.: Просвещение, 1995.

18. Гольдин В. Е., Сиротинина О. Б. Речевая культура // Русский язык. Энциклопедия. - М., 1998.
19. Горшков А. И. Лекции по русской стилистике. М., 2000.
20. Д. Э. Розенталь. Практическая стилистика русского языка. М.: 1997.
21. Д. Э. Розенталь. Справочник по правописанию и литературной правке. М.: 2003.
22. Давыденкова О.А. Язык СМИ. – Тамбов: ТГУ им. Г. Р. Державина, 2010. – 125 с.
23. Далецкий Ч. Практикум по риторике. - М. , 1996.
24. Добросклонская Т.Г. Язык средств массовой информации: учебное пособие. – М.: Ун-т, 2008. – 115 с.
25. Доронина С.В. Инвективная функция насмешки и проблемы ее экспертной оценки. <http://lexis-asu.narod.ru/other-works/index.htm>
26. Дридзе Т.М. Интерпретационные характеристики и интерпретация текстов (с учетом специфики интерпретационных сдвигов) // Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации). М., 1976.
27. Енина Л., Речевая агрессия и речевая толерантность в средствах массовой информации.
28. И. Б. Голуб. Стилистика русского языка. М.: 1997.
29. Иссерс О.С. Свобода слова: две стороны медали (оскорбление в зеркале юриспруденции и лингвистики). <http://lexis-asu.narod.ru/other-works/index.htm>
30. Кодекс профессиональной этики российского журналиста // <http://www.ruj.ru/about/codex.htm>
31. Кожин А.Н. Крылова О.А. Одинцов В.В. Функциональные типы русской речи. М., 1982.
32. Кожина М. Н. Стилистика русского языка. М., 1993.
33. Коньков В.И. Русская речь в средствах массовой информации. Стилистический аспект. – СПб.: Из-во СПбГУ, 2007. – 271 с.
34. Коньков В.И., Рогожина Н.О. Языковая политика и язык СМИ в современной России. – Тюмень: Мандр и К^а, 2010. – 122 с.
35. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971.
36. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. СПб., 1999.
37. Крысин Л.П. Эвфемизмы в современной русской речи // Русистика, 1994, № 1-2 - С. 45-58.

38. Лаптева О. А. Живая русская речь с телеэкрана. М., 2000.
39. Майданова Л. М. Структура и композиция газетного текста. Екатеринбург, 1987.
40. Мильчин А.Э. Методика редактирования текста. М., 1980.
41. Михайлова Е.В. Невербальная компетенция журналиста и язык печатных СМИ: учебно-методическое пособие. – Великий Новгород: НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2010. – 87 с.
42. Некоторые термины и понятия, актуальные для лингвистических экспертиз спорных текстов // Сайт Гильдии лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам (ГЛЭДИС), <http://www.rusexpert.ru/?idp=12>
43. Новиков Л. А. Художественный текст и его анализ. М., 1988.
44. Одинцов В. В. Стилистика текста. М., 1980.
45. Ожегов С.И. и Шведова Н.Ю. “Толковый словарь русского языка”. М., 1997
46. Основы научной речи / Под ред. В. В. Химики, Л. Б. Волковой. М.-СПб., 2003.
47. Панов М.В. «Из наблюдений над стилем сегодняшней периодики» // Язык современной публицистики. М., 1989.
48. Петрова Н.Е., Рацибурская Л.В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии. Учебное пособие. – М.: Флинта, 2011. – 155 с.
49. Понятие чести, достоинства и деловой репутации: Спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами. Изд. 2-е, перераб. и доп./ Под ред. А.К. Симонова и М.В. Горбаневского. — М.: Медея, 2004.
50. Понятия чести, достоинства и деловой репутации: Спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами. Изд. 2-е, перераб. и доп./ Под ред. А.К. Симонова и М.В. Горбаневского. — М.: Медея, 2004.
51. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики: Учебник – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ВК, 2009.
52. Розеншток-Хюсси О. Речь и действительность. М., 1994.
53. Саланина О.С. Межкультурная коммуникация и СМИ // материалы международной научно-практической конференции. – Барнаул: Изд-во Алтайского гос. ун-та, 2010. – 221 с.
54. Скворцов Л.И. Язык, общение и культура // Русский язык в школе. № 1 – 1994г.

55. Словарь русского языка: в 4 т./Под ред. А.П. Евгеньевой, т. I,III, М., 1981
56. Словарь русского языка: в 4-х т. / Под ред. А.П. Евгеньевой. М., 1981-84.
57. Словарь терминов по информационной безопасности <http://domarev.com.ua/book-02/gloss.htm>
58. Соколова В.В. Культура речи и культура общения. - М.: Просвещение, 1995.
59. Солганик Г.Я. О закономерностях развития языка газеты в XX веке.
60. Стилистика русского языка / Под ред. Н. М. Шанского. Л., 1989.
61. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М., 2003.
62. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 319 с.
63. Томашевский Б. В. Теория литературы. Поэтика. М., 1996.
64. Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты: Монография. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: РУДН, 2009.
65. Фёдоров А. В. Очерки общей и сопоставительной стилистики. М., 1971.
66. Формановская Н.И. Культура общения и речевой этикет // Русский язык в школе. № 5
67. Черкасова М.Н. Речевые формы агрессии в текстах СМИ. – Ростов-на-Дону: Ростовский гос. ун-т путей сообщ., 2011. 122 с.
68. Чернышова Т.В. «Узуально-стилевая характеристика языка современной газеты» // Человек – коммуникация – текст. Вып.2. Ч.2. Барнаул, 1998.
69. Чернышова Т.В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России. – М.: URSS, 2009. – 290 с.
70. Чернышова Т.В. Узуально-стилевой комплекс как механизм порождения инвективного высказывания в сфере газетной публицистики //
71. Ширяев Е. Н. Что такое культура речи // Русская речь. - 1991
72. Шмелёв Д. Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. М., 1971.

б) дополнительная литература

1. Сперанская А.Н. Паремии о правде и лжи и наивная риторика // Филология - Журналистика 94. Научные материалы. Красноярск, 1995.
2. ЮрислингвистикаАлтГПА: ресурс студентов и аспирантов. Терминологический словарь. http://student.siberia-expert.com/board/terminologicheskij_slovar/o/15
3. Юрислингвистика: Учебная хрестоматия. Ч. I / Авт.-сост. Т.А.Лисицына
4. Буй В. «Русская заветная информатика»
5. Астафьев В. «Черемуховые холода» /Правда, 1991, 7 дек.
6. Словарь автобиографической трилогии М. Горького. Вып. IV. Л., 1984
7. Михальская А.К. Русский Сократ. М., 1996.
8. Сухих С.А. Структура коммуникантов в общении // Языковое общение: процессы и единицы. Калинин, 1988.
9. Дридзе Т.М. Интерпретационные характеристики и интерпретация текстов (с учетом специфики интерпретационных сдвигов) // Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации). М., 1976.
10. Иванова З.М. Языковая агрессия в произведениях Э. Лимонова // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Научно-методический бюллетень. Вып.4. Красноярск-Ачинск, 1997.
11. Недоброкачественная, опасная реклама: типология и тенденции. Вооруженные межнациональные и региональные конфликты: людские потери, экономический ущерб и социальные последствия // Идентичность и конфликт в постсоветских государствах. – М. 1997.- С. 298);
12. Доронченков А. И. Межнациональные отношения и национальная политика в России: актуальные проблемы теории, истории и современной практики. -СПб., 1995;
13. Здравомыслов А.Г. Межнациональные конфликты в постсоветском пространстве. - М., 1997;
14. Бугаец А.А. Клевета и оскорбление: почему молчит Уголовный кодекс. <http://lexis-asu.narod.ru/other-works/index.htm>
15. Голев Н.Д. Правовое регулирование речевых конфликтов и юрислингвистическая экспертиза конфликтогенных текстов. <http://lexis-asu.narod.ru/other-works/index.htm>

16. Лисихина М.А. Диссертация «Прагмалингвистическое исследование явления дискредитации в американской речевой культуре», автореферат. <http://www.dissercat.com/content/pragmalingvisticheskoe-issledovanie-yavleniya-diskreditatsii-v-amerikanskoi-rechevoi-kultur-0>

17. Ивановская Г.П. Интеракционный аспект выбора средств и способов объективации директивных речевых актов http://www.pglu.ru/lib/publications/University_Reading/2009/V/uch_2009_V_00059.pdf

в) программное обеспечение

WindowsXP,MSOffice

11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины:

Курс состоит из лекций, практических занятий (семинаров) и индивидуальных академических консультаций. Формат семинара – обсуждение основных теоретических вопросов и выполнение практических заданий, подготовка развернутых ответов на вопросы, предложенные преподавателем для обсуждения. Проводится два письменных тестирования на основе пройденного материала и по дополнительной литературе. Студенты должны выступить с аналитическим сообщением по одному из сетевых СМИ, сверстать на компьютере макет газеты, найти определенную информацию в Интернете и принять активное участие в обсуждении практических работ.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) *(разрабатываются и оформляются в соответствии с требованиями «Регламента формирования фондов оценочных средств (ФОС)», утвержденного приказом ректора от 05.05.2016 № 420).*

Фонд оценочных средств (ФОС) представлен в приложении к рабочей программе и размещен отдельным документом в ТУИС.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН

Разработчик:

профессор, кафедра массовых коммуникаций



Г.Н. Трофимова

Руководитель программы

доцент кафедры массовых коммуникаций



Е.Ю. Бурдовская

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций
профессор кафедры массовых коммуникаций

 В.В. Барабаш

Программа утверждена на заседании кафедры массовых коммуникаций протокол № 9 от 29.04.2021 г.

Программа одобрена на заседании Ученого Совета филологического факультета протокол № 13 от 15.06.2021 г.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Филологический факультет

Рекомендовано МССН

Кафедра массовых коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:

Рекламная коммуникация как социокультурный феномен

Рекомендуется для направления подготовки

42.04.02.

Организация информационного производства

1.Цели и задачи дисциплины: Курс **«Рекламная коммуникация как социокультурный феномен»** предназначен для магистров, обучающихся по направлению «Журналистика». Социокультурный подход к изучению истории рекламной коммуникации особенно важен, так как журналистика в целом, и в частности все сферы, которые взаимодействуют с ней, являются социокультурным феноменом, исключительным в силу своей вездесущности, образности, силе воздействия на аудиторию, наглядно демонстрирующим и раскрывающим сущность взаимодействия культуры, общества и индивида. Социокультурный подход к изучению организации информационного производства опирается на культурные ценности, созданные человечеством и является порождением общества, в рамках которого оно действует и активно влияет на него. Журналистика никогда не бывает обезличенной, творческая личность как субъект всегда присутствует в процессе сбора, обработки информации, так как журналист сам создает и распространяет новые ценности и идеалы.

Цель курса – сформировать ясное представление о том, что рекламная коммуникация является областью культуры, активно работает в сфере журналистики и выполняет на практике культурно-просветительскую миссию; изучить предпосылки возникновения рекламы в России, культууроформирующие образы рекламщиков, представляющие собой яркую историю нашей страны.

Главная задача курса - подготовить высокопрофессиональные кадры журналистов, способных целенаправленно и планомерно, посредством создания качественного информационного контента, успешно осуществлять на практике культууроформирующую деятельность в СМИ. Построение курса составлено так, чтобы у студентов сложилось ясное представление об основных этапах генезиса и трансформации рекламной коммуникации.

Задачи курса:

- дать студентам необходимое представление об области коммуникации в сфере рекламы, а также истории ее становления;
- выявить их индивидуальность и подготовить к самостоятельной творческой работе в современных условиях;
- формирование умения создания культурно-просветительской рыночной продукции;
- овладение новыми формами и жанрами подачи материала;
- формирование умений налаживать диалог посредством создания продуктов социокультурной направленности;
- развитие способности сбора и обработка материала;
- свободное владение нормами и средствами выразительности современного русского языка.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

| № п/п | Шифр и наименование компетенции | Предшествующие дисциплины | Последующие дисциплины (группы дисциплин) |
|-------------------------------------|---------------------------------|---------------------------|---|
| Профессиональные компетенции | | | |
| ПК-3 | | Современный медиатекст | Журналистика как социокультурный феномен |
| Универсальные компетенции | | | |
| УК-4 | | Современный медиатекст | Журналистика как социокультурный феномен |

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-3 Готовность создавать журналистские авторские материалы, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, знании технологии их создания и существующих профессиональных стандартов.

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: ценностно-ориентирующие и социокультурные просветительские функции СМИ, понимать смысл социальных функций журналистики и рекламы, а также методы их реализации, быть способным к анализу и исследованию различных направлений деятельности и контента современных СМИ в социокультурном контексте, основные термины и определения понятий изучаемой дисциплины.

Уметь: использовать эти знания в профессиональной деятельности, эффективно реализовывать ценностно-ориентирующие, социокультурные и просветительские функции СМИ в ежедневной журналистской практике; работать в редакционном коллективе, выполнять основные функции творческого работника – создавать сценарии, редактировать авторские материалы, руководить съемочным процессом.

Владеть: методами сбора и обработки информации, журналистскими жанрами, в том числе жанрами художественной публицистики, навыками создания продуктов социокультурной направленности.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц.

| Вид учебной работы | Всего часов | Модуль | | | |
|---------------------------------------|-------------|--------|--|---|---|
| | | 1 | | | |
| Аудиторные занятия (всего) | 72 | | | | |
| В том числе: | | | | - | - |
| Лекции | 34 | | | | |
| Самостоятельная работа (всего) | 34 | | | | |
| Общая трудоемкость | час | 72 | | | |
| | зач. ед. | 2 | | | |

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|-------|---|---|
| 1. | Социально-экономические предпосылки становления и развития рекламного дела. | Феномен рекламы в России возник не в последние десятилетия. Реклама, в разные периоды выраженная в различных формах и различными средствами, является неотъемлемой частью российской истории. В связи с этим представляется закономерным рассмотреть данное явление с исторической точки зрения и выявить социальные и экономические предпосылки возникновения этого вида деятельности. |
| 2. | Культурно-исторический анализ рекламной деятельности. | Мировая история рекламы насчитывает более двадцати столетий и за столь долгий срок ее роль освещена достаточно полно. Изучая рекламу Древнего мира, Средних веков, Нового времени, нельзя не прийти к выводу о том, что формы и назначение современной рекламы мало чем отличаются. |
| 3. | Роль рекламы в различных сферах общественной жизни. | Сердцевина любого рекламного контента – это прагматически ценная социальная информация. Во все времена реклама ориентировалась на такое общение с аудиторией, которое было бы выгодно, прежде всего, владельцу рекламы вне зависимости от сферы их деятельности. Любая реклама – это послание, назначение которого – побудить людей к конкретному действию. |
| 4. | Товарный знак как социокультурный элемент рекламной коммуникации. | Общая функция товарных знаков - сделать продукцию, идеи и услуги конкретной компании легко отличимыми от предложений конкурентов. |

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Лекц. | СРС | Рубежная аттестация | Итоговая аттестация | Всего час. |
|-------|--|-------|-----|---------------------|---------------------|------------|
| 1. | Социально-экономические предпосылки становления и развития рекламного дела в России. | 8 | 8 | 2 | | 18 |
| 2. | Культурологический анализ рекламной деятельности в России. | 8 | 8 | 2 | | 18 |
| 3. | Роль рекламы в различных сферах общественной жизни. | 8 | 8 | | 2 | 18 |
| 4. | Товарный знак как социокультурный элемент рекламной коммуникации. | 8 | 8 | | 2 | 18 |

6. Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом

7. Практические занятия (семинары) не предусмотрены учебным планом

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

| № п/п | Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом | Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|-------|---|--|--|--|
| 1 | Рекламная коммуникация как социокультурный феномен | Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.10, корп.2 Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: ауд.№ 528 | комплект мебели, моноблок Lenovo C560 - 20 шт., проектор Epson EB-955W, экран моторизованный | Windows установлен при покупке. Office ID 86626883 |

9. Информационное обеспечение дисциплины

Все материалы размещены в ТУИС.

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

| № п/п | Основные сведения об электронно-библиотечной системе <*> | Краткая характеристика |
|-------|---|--|
| 1. | Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет | 1. Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web 2. Университетская библиотека онлайн http://www.biblioclub.ru 3. Национальный цифровой ресурс "РУКОНТ" http://rucont.ru 4. Консультант студента www.studentlibrary.ru |

Основная литература:

Дополнительная рекомендуемая литература:

1. Абанкина, Т. Экономика желаний в современной «цивилизации досуга» / Т. Абанкина // Отечественные записки. – 2005. - № 4. URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/4/ekonomika-zhelaniy-v-sovremennoy-civilizacii-dosuga> (Дата обращения 15.06.2012)
2. Аренс, У.Ф. Современная реклама / У.Ф. Аренс, К.Л. Бове. – Тольятти: Довгань, 1995. – 704 с.
3. Аржанов, К.В. История отечественной рекламы: галерея рекламной классики / К.В. Аржанов, Т.А. Пирогова. – Харьков: Студцентр, 2004. – 304 с.
4. Березин, В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 174 с.
5. Березовая, Л.Г. История мировой рекламы, или Старинные рецепты изготовления «бесплатного сыра» / Л.Г. Березовая. – М.: Изд-во Ипполитова, 2008. – 671 с.
6. Богачева, Н. Реклама, ее возникновение и некоторые сведения из истории развития / Н. Богачева. – М.: Союзтеатром, 1969. – 22 с.
7. Бодрийяр, Ж. Система вещей / Жан Бодрийяр. – М.: Рудомино, 2001. – 224 с.

8. Боев, Е.И. Реклама как социокультурное явление в системе социальной коммуникации : дис. ... канд соц. наук : 22.00.06 / Е.И. Боев. - Курск, 2005. – 139 с.
9. Бочарова, О.Е. Влияние рекламы на социально – стратификационные процессы в России: монография / О.Е. Бочарова. – Тула: Изд-во ТулГУ, 2006. – 164 с.
10. Грабельников, А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества / А.А. Грабельников. – М.: Изд-во РУДН, 2001. – 330 с.
11. Грушевицкая, Т.Г. Основы межкультурной коммуникации / Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 352 с.
12. Добльхофер, Э. Знаки и чудеса / Э. Добльхофер. - М.: Восточная литература, 1963. – 388 с.
13. Добреньков, В.И. Американская социологическая мысль / В.И. Добреньков. – М.: МГУ, 1994. – 496 с.
14. Евстафьев, В.А. Журналистика и реклама: основы взаимодействия (опыт теоретического исследования) / В.А. Евстафьев. – М.: ИМА-Пресс, 2001. – 263 с.
15. Черных, А.И. Мир современных медиа / А.И. Черных. – М.: Территория будущего, 2007. – 312 с.
16. Чумиков, А.Н. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: Юрайт-Издат, 2008. – 721 с.
17. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и Ко., 2010. – 297 с.

11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины:

Преподавание дисциплины сочетает в себе классическую форму университетских лекций с активным участием студентов, а также активное обучение в телекоммуникационной учебно-информационной системе. На базе этой платформы студенты выполняют задания теоретического и практического характера. Имеют неограниченный доступ к уникальному проработанному адаптированному материалу. По завершении курса рекомендуется подготовить презентацию по социокультурной направленности, просмотреть и обсудить ее внутри группы. В качестве самостоятельной работы студентам предлагается написать эссе, составить конспекты по рекомендуемым источникам литературы. Выполняя учебные задания, студенты должны проявить себя, как специалисты в работе с информацией, полученными данными, их обработкой и адаптацией для слушателей. Презентации и другие проекты магистров должны полностью отображать авторский замысел, раскрывать поднятую автором или группой авторов тему, выявлять уровень знаний изучаемой дисциплины.

12. Материалы для оценки уровня освоения учебного материала (фонд оценочных средств), разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик:

доцент кафедры массовых коммуникаций



Е.Ю. Бурдовская

Руководитель программы

доцент кафедры массовых коммуникаций



Е.Ю. Бурдовская

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций
профессор кафедры массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Программа утверждена на заседании кафедры массовых коммуникаций протокол № 9 от 29.04.2021 г.

Программа одобрена на заседании Ученого Совета филологического факультета протокол № 13 от 15.06.2021 г.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Филологический факультет

Рекомендовано МССН

Кафедра массовых коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:

«Информационная безопасность»

Рекомендуется для направления подготовки

42.04.02.

Организация информационного производства

1.Цели и задачи дисциплины: Курс «Информационная безопасность» предназначен для магистров, обучающихся по направлению «Организация информационного производства». Обеспечение информационной безопасности – важнейший аспект профессиональной журналистской деятельности и касается как охраны информации, так и сбережения аудитории от ложной и угрожающей информации.

Цель курса - сформировать комплекс знаний об истории, современном состоянии и перспективах развития информационной безопасности, а также комплекс профессиональных умений обеспечения информационной безопасности при производстве журналистских текстов.

Главная задача курса - подготовить высокопрофессиональные кадры журналистов, способных целенаправленно и планомерно, посредством создания качественного информационного контента, успешно осуществлять безопасную коммуникацию. Построение курса составлено так, чтобы у студентов сложилось ясное представление об основных аспектах и направлениях обеспечения информационной безопасности журналиста, общества и государства.

Задачи курса:

- ознакомить с современными тенденциями в формировании сферы информационной безопасности;
- сформировать у учащихся систему знаний об особенностях информационной безопасности,
- рассмотреть актуальные процессы, которые наблюдаются в формировании системы информационной безопасности;
- изучить особенности функционирования принципов информационной безопасности в медиапространстве;
- обучить приёмам и навыкам создания публичных текстов, ориентированных на информационную безопасность

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

| п/п | Шифр и наименование компетенции | Предшествующие дисциплины | Последующие дисциплины (группы дисциплин) |
|---------------------------|---------------------------------|---------------------------|---|
| Универсальные компетенции | | | |
| 1 | УК-7 | Современный медиатекст | Журналистика как социокультурный феномен |
| | | | |

| | | | |
|----------------------------|-------|--|--|
| Общепрофильные компетенции | | | |
| 2 | ОПК-1 | Информационные технологии в журналистике и научных исследованиях | Журналистика как социокультурный феномен |
| 3 | ОПК-6 | Информационные технологии в журналистике и научных исследованиях | Журналистика как социокультурный феномен |
| | | | |
| | | | |

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-7 Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов отслеживать и учитывать изменения норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.

ОПК-6 - Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: особенности, принципы, угрозы и проблемы информационной безопасности;

Уметь: применять в профессиональной деятельности знания об актуальных процессах в формировании принципов информационной безопасности;

Владеть: навыками формирования журналистских текстов с учётом особенностей обеспечения информационной безопасности.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры | | | |
|---------------------------------------|-------------|----------|--|---|---|
| | | 5 | | | |
| Аудиторные занятия (всего) | | | | | |
| В том числе: | | | | - | - |
| Лекции | 18 | | | | |
| Практические занятия (ПЗ) | 18 | | | | |
| Семинары (С) | | | | | |
| Лабораторные работы (ЛР) | | | | | |
| Самостоятельная работа (всего) | 36 | | | | |
| Общая трудоемкость | 72 | | | | |
| зач. ед. | 2 | | | | |

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|-------|---|--|
| 1. | Основные понятия, принципы и критерии информационной безопасности, исторические и теоретические основания информационного противостояния, проблемы информационной безопасности. | Понятие информационной безопасности. Виды угроз информационной безопасности РФ. Источники угроз информационной безопасности Российской Федерации. Информация как объект правового регулирования. Виды информации и право на нее. Организация доступа к информации и ограничение в праве на нее. Информационные ресурсы. Защита информации и прав субъектов в области информационных процессов и информатизации. Права и обязанности субъектов в области защиты информации. Защита личных имущественных и неимущественных прав личности в информационной сфере. Честь и достоинство. Авторское право. Доменные имена: проблемы правового регулирования. |
| 2. | Значение информации в современном мире. | Виды и свойства информации Структура информационного процесса. Информационные опасности и угрозы. Принципы обеспечения информационной безопасности. Окружающая среда как источник информации. Восприятие информации человеком. Особенности восприятия окружающей среды человеком. Перенасыщенная информацией среда. Роль информации в развитии общества. Информационные революции. Информационное общество. Проблема информационного неравенства Россия в информационной эпохе. Информация - наиболее ценный ресурс современного общества. Понятие «информационный ресурс». Классы информационных ресурсов. |
| 3. | СМИ как объект информационной безопасности современного общества. Реклама как составляющая информационной безопасности общества. | Правовые основы СМИ. Организация деятельности средств массовой информации. Отношения средств массовой информации с гражданами и организациями. Права и обязанности журналиста. Ответственность за нарушение законодательства о средствах массовой информации. Влияние средств массовой информации на человека. Методы влияния СМИ на человеческое сознание. Влияние телевидения на детей Влияние просмотра сцен насилия по телевидению на поведение человека. Реклама как составляющая информационной безопасности общества. Понятие рекламы. Особенности рекламы в радио - и телепрограммах. Особенности рекламы отдельных видов товара. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Влияние рекламы на детей. Особенности рекламы для детей в различных странах. Приемы рекламного воздействия Реклама нездорового образа жизни. |
| 4. | Состояние | Информационные ресурсы. Средства и способы |

| | | |
|----|---|---|
| | информационной безопасности в современном мире | <p>обеспечения информационной безопасности. Направления обеспечения информационной безопасности. Понятие методов обеспечения информационной безопасности Российской Федерации. Особенности обеспечения информационной безопасности Российской Федерации в различных сферах общественной жизни. Основы государственной информационной политики и информационной безопасности Российской Федерации. Понятие национальной безопасности. Интересы и угрозы в области национальной безопасности. Влияние процессов информатизации общества на составляющие национальной безопасности и их содержание. Информационная безопасность в системе национальной безопасности Российской Федерации. Основные понятия, общеметодологические принципы обеспечения информационной безопасности. Национальные интересы в информационной сфере. Источники и содержание угроз в информационной сфере. Государственная информационная политика. Основные положения государственной информационной политики Российской Федерации. Первоочередные мероприятия по реализации государственной политики обеспечения информационной безопасности.</p> |
| 5. | Государственная политика и законодательство РФ в сфере информационных угроз и современных вызовов | <p>Защита личности, общества, бизнеса и государства в сфере информационной безопасности. Становление концептуальных правовых основ информационной безопасности в РФ. Зарождение информационного права в РФ. Становление информационной безопасности в 90-е годы. Национальные интересы Российской Федерации в информационной Сфере. Интересы Российской Федерации в информационной сфере. Объект и предмет правового обеспечения информационной безопасности РФ. Задачи и основные принципы государственной политики обеспечения информационной безопасности РФ</p> |
| 6. | Информационная безопасность РФ | <p>Доктрина информационной безопасности РФ. Объекты информационной безопасности РФ. Правовое обеспечение информационной безопасности РФ. Государственная политика обеспечения информационной безопасности РФ. Основные положения государственной политики обеспечения информационной безопасности РФ. Основные положения государственной политики обеспечения информационной безопасности субъектов РФ. Государственная система защиты информации РФ. Задачи системы защиты информации РФ Структура государственной системы защиты информации РФ. Международное сотрудничество РФ в области обеспечения информационной безопасности. Русский язык как объект национальной безопасности РФ.</p> |

| | | |
|-----|---|--|
| 7. | Нормативная правовая база информационной безопасности РФ | Состояние нормативного правового обеспечения информационной безопасности. Нормативное правовое регулирование отдельных направлений информационной безопасности. Основные направления совершенствования нормативного правового обеспечения информационной безопасности РФ. Информация как объект правового регулирования. Информационные правоотношения. Понятие и виды информации, защищаемой законодательством РФ. Конституция РФ и Доктрина информационной безопасности РФ о правовом обеспечении информационной сферы. Федеральное законодательство в сфере информационной безопасности. Указы Президента РФ и иные нормативно-правовые акты по вопросам информационной безопасности. Организационное обеспечение информационной безопасности. Международное сотрудничество России в области обеспечения информационной безопасности. |
| 8. | Проблемы информационной безопасности человека, общества и государства | Интересы личности в информационной сфере. Профессиональные тайны как подсистема информационной безопасности личности. Информационная безопасность человека. Неприкосновенность частной жизни граждан. Угрозы неприкосновенности частной жизни граждан Кодекс справедливого использования информации. Информационная преступность. Информационные преступления в интеллектуальной сфере. Информационные преступления против личности. Компьютерные преступления. Особенности компьютерных преступлений. Информационная безопасность человека в чрезвычайных ситуациях. |
| 9. | Основные методы и средства информационного воздействия на человека | Способы и средства манипулирования и психологического воздействия. Интернет и безопасность детей. Интернет-зависимость в подростковой среде. Опасность жестоких компьютерных игр на поведение человека. Слухи как неформальный обмен информацией. Слухи как социально-психологический феномен. Определение слуха. Классификация слухов. Причины возникновения и механизмы распространения слухов. Управление слухами. Особенности распространения слухов в чрезвычайных ситуациях. Сущность и современное состояние манипуляции сознанием и поведением людей. Основные методы и средства информационного воздействия на человека. Мифы как инструмент воздействия на людей. Манипулятивные технологии в избирательных кампаниях. Методы тоталитарных сект и способы защиты от них. |
| 10. | Методы и средства защиты информации | Защита сведений, составляющих государственную и коммерческую тайну, конфиденциальную информацию |

| | | |
|-----|---|---|
| | | <p>и интеллектуальную собственность. Понятие государственной тайны, полномочия власти в области отнесения сведений к государственной тайне. Перечень сведений, составляющих государственную тайну. Отнесение сведений к государственной тайне и их засекречивание. Защита сведений, составляющих государственную тайну, при изменении функций субъектов правоотношений. Шпионаж и разглашение государственной тайны. Защита государственной тайны. Государственная тайна как особый вид защищаемой информации. Ущерб от утечки сведений, составляющих государственную тайну. Система защиты государственной тайны Способы защиты государственной тайны. Конфиденциальная информация и её защита. Коммерческая тайна. Служебная тайна. Профессиональные тайны. Персональные данные. Защита интеллектуальной собственности. Международное право в сфере защиты информации. Защита авторских и смежных прав в законодательстве РФ. Объекты авторского права. Субъекты авторского права. Права обладателей авторских прав. Понятие электронной цифровой подписи. Принципы и условия использования электронной цифровой подписи. Обязательства владельца по принятии сертификата ключа подписи и защита персональных данных. Использование электронной цифровой подписи в сфере государственного управления и корпоративных информационных системах. Технологии идентификации человека. Технологии идентификации человека в истории. Идентификация по фотографии. Идентификация по отпечаткам пальцев. Идентификация по ДНК. Компьютерная биометрия. Уязвимость биометрических систем. Применение паролей в механизме аутентификации человека. Классификация паролей. Правила создания паролей. Информационная безопасность компании. Человеческий фактор в обеспечении информационной безопасности компании. Система информационной безопасности компании. Безопасное использование Интернет-ресурсов в компании.</p> |
| 11. | <p>Виды и источники угроз информационной безопасности</p> | <p>Основные проблемы информационной безопасности и пути их решения. Виды и источники угроз информационной безопасности. Место информационной безопасности в системе национальной безопасности России. Защита сведений, составляющих государственную и коммерческую тайну, конфиденциальную информацию и интеллектуальную собственность. Основные направления обеспечения информационной безопасности. Защита информации в экономике, внутренней и внешней политике, науке и технике.</p> |

| | | |
|-----|---|---|
| | | Информационное обеспечение оборонных мероприятий и боевых действий. Обеспечение информационной безопасности в правоохранительной сфере и при возникновении чрезвычайных ситуаций. Основные направления и мероприятия по защите электронной информации. |
| 12. | Информационная война как новый глобальный вызов современности | Глобальное общество» и проблемы информационной безопасности. Объективные и субъективные предпосылки создания глобального общества. Роль Интернета в мировом информационном пространстве. Глобальные ожидания и опасения человечества. Информационные противостояния от древности до Нового времени Информационные войны XX века. Информационные и психологические войны. Информационная война. Понятие информационной войны. Информационное оружие. Информационная атака. Стратегическое информационное противоборство. Психологическая война. Понятие психологической войны. Цели психологической войны. Психологическая война в истории человечества. Использование пропаганды во второй мировой войне. Психологическая операция. Виды психологического воздействия. Средства психологического воздействия. Инструментарий психологических операций. Информационное оружие и его классификация. |

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Лекц. | Практ. зан. | СРС | Рубежная аттестация | Итоговая аттестация | Всего час. |
|-------|---|-------|-------------|-----|---------------------|---------------------|------------|
| 1. | Основные понятия, принципы и критерии информационной безопасности, исторические и теоретические основания информационного противостояния, проблемы информационной безопасности. | 2 | 2 | 4 | | | 8 |
| 2. | Значение информации в современном мире. | 1 | 1 | 2 | | | 4 |
| 3. | СМИ как объект информационной безопасности современного общества. Реклама как составляющая информационной безопасности общества. | 2 | 2 | 4 | | | 8 |
| 4. | Состояние информационной | 1 | 1 | 2 | | | 4 |

| | | | | | | | |
|-----|--|---|---|---|--|--|---|
| | безопасности в современном мире. | | | | | | |
| 5. | Государственная политика и законодательство РФ в сфере информационных угроз и современных вызовов. | 1 | 1 | 2 | | | 4 |
| 6. | Информационная безопасность РФ | 1 | 1 | 2 | | | 4 |
| 7. | Нормативная правовая база информационной безопасности РФ | 1 | 1 | 2 | | | 4 |
| 8. | Проблемы информационной безопасности человека, общества и государства. | 2 | 2 | 4 | | | 8 |
| 9. | Основные методы и средства информационного воздействия на человека | 2 | 2 | 4 | | | 8 |
| 10. | Методы и средства защиты информации. | 2 | 2 | 4 | | | 8 |
| 11. | Виды и источники угроз информационной безопасности. | 2 | 2 | 4 | | | 8 |
| 12. | Информационная война как новый глобальный вызов современности | 1 | 1 | 2 | | | 4 |

6. Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом

7. Практические занятия (семинары)

| № п/п | № раздела дисциплины | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (час.) |
|-------|----------------------|---|---------------------|
| 1. | 1. | Основные понятия, принципы и критерии информационной безопасности, исторические и теоретические основания информационного противостояния, проблемы информационной безопасности. | 2 |
| 2. | 2. | Значение информации в современном мире. | 1 |
| 3. | 3. | СМИ как объект информационной безопасности современного общества. Реклама как составляющая информационной безопасности общества. | 2 |
| 4. | 4. | Состояние информационной безопасности в современном мире. | 1 |
| 5. | 5. | Государственная политика и законодательство РФ в сфере информационных угроз и современных вызовов. | 1 |
| 6. | 6. | Информационная безопасность РФ | 1 |
| 7. | 7. | Нормативная правовая база информационной безопасности РФ | 1 |
| 8. | 8. | Проблемы информационной безопасности человека, | 2 |

| | | | |
|-----|-----|--|---|
| | | общества и государства. | |
| 9. | 9. | Основные методы и средства информационного воздействия на человека | 2 |
| 10. | 10. | Методы и средства защиты информации. | 2 |
| 11. | 11. | Виды и источники угроз информационной безопасности. | 2 |
| 12. | 12. | Информационная война как новый глобальный вызов современности | 1 |

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Применение раздаточного материала в виде цветных и черно-белых ксерокопий.

Использование интерактивной доски, проектора, DVD-плеера, видеомagniтофона, телевизора для просмотра презентаций и другого видеоматериала по темам данного курса.

Материальное обеспечение курса.

Компьютерные программы Word, PowerPoint.

9. Информационное обеспечение дисциплины

1. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы
2. База данных «Lexis-Nexis»
3. Портал [Экстремизм.ru - Всё о терроризме и экстремизме](http://www.ekstremizm.ru/)<http://www.ekstremizm.ru/>
4. Общероссийская общественная организация «Национальная ассоциация журналистов «Медиакратия» - Законы РФ, регламентирующие деятельность СМИ
http://mediacratia.ru/owa/mc/mc_references.html?a_id=593&p_page=2
5. Интернет-библиотека СМИ Public.Ru - <http://www.public.ru>
6. Поисковая система Яндекс - <http://www.yandex.ru>
7. Поисковая система Google - <http://www.google.ru/>
8. Университетская библиотека ONLINE - <http://www.biblioclub.ru/>
9. Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/>

Все материалы размещены в ТУИС.

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Буданцев Ю. П. Информационное оружие и информационная война в современных условиях. // Информационный сборник «Безопасность». 1999. № 3–4.
2. Гафнер В.В. Информационная безопасность: учебное пособие в 2 ч. / ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2009. - Ч.2. – 196 с.
3. Камышев Э.Н. Информационная безопасность и защита информации: Учебное пособие. - Томск: ТПУ, 2009. - 95 с.
4. Основы информационной безопасности. Учебное пособие для вузов / Е. Б. Белов, В. П. Лось, Р. В. Мещеряков, А. А. Шелупанов. -М.: Горячая линия - Телеком, 2006. - 544 с.

5. Панарин И. Н, Панарина Л. Г. Информационная война и мир. – М.: Изд-во «ОЛМА-ПРЕСС», 2003.
6. Петров В.П., Петров С.В. Информационная безопасность человека и общества: учебное пособие. М., 2007.
7. Конституция Российской Федерации (основной закон).
8. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 года № 149 ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
9. Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации».
10. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. МФИН, 1992.

б) дополнительная литература

11. Ведеев Д. Защита данных в компьютерных сетях. // «Открытые системы». 1995. № 3.
12. Верещагин Д. Влияние: Система дальнейшего энергоинформационного развития. – СПб.: Изд-во «Невский проспект», 2000.
13. Ганжин В. Т. Опасные «связи с общественностью». // Информационный сборник «Безопасность». 1999. № 1–2.
14. Горбачев М. И., Горанский А. М., Горнакова О. М. Манипулятивные технологии в современных избирательных кампаниях. // Информационный сборник «Безопасность». 2003. № 3–4.
15. Грачев Г. В., Мельник И. К. Манипулирование личностью. – М.: Изд-во «Эксмо», 2003.
16. Гриняев С. Информационное превосходство – основа военной стратегии XXI века. // «ОБЖ. Основы безопасности жизни». 2001. № 7.
17. Жарикова Т. П. Психологические механизмы формирования зависимости от азартных игр. / В кн. «Психологическая теория и практика в изменяющейся России» (тезисы докладов Всероссийской научной конференции). – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2006.
18. Замятин А., Замятин В., Юсупов Р. Опасности информационно-психологической войны. // «ОБЖ. Основы безопасности жизни». 2002. № 6.
19. Извеков Н. Н. Исторические традиции как средство укрепления национального иммунитета в информационных войнах III тысячелетия. // Информационный сборник «Безопасность». 2001. № 7–12.
20. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием в России сегодня. – М.: Изд-во «Эксмо», 2001.
21. Мухин В., Лось А., Новиков В. О некоторых подходах к определению сущности информационного оружия. // Информационный сборник «Безопасность». 1996. № 1–2.
22. Новопащин А. П. Информационная политика России. // Информационный сборник «Безопасность». 2002. № 11–12.
23. Панарин И. Н. Готова ли Россия к информационным войнам XXI века? // «Власть». 2000. № 2.
24. Родионов М. А. Информационное противоборство: история и современность. // Информационный сборник «Безопасность». 2002. № 7–8.
25. Копылов В. А. «Информационное право» Юрист. М., 1997
26. Рассолов М. М. «Информационное право» Юрист. М., 1999
27. Конституция Российской Федерации
28. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. Поручение Президента РФ от 9 сентября 2000 года, № Пр-1895

29. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации» № 24-ФЗ от 20.02.95г.
30. Федеральный закон «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 (с последующими изменениями)
31. Федеральный закон "О государственной тайне" от 21.07.93 № 5485-1
32. Уголовный кодекс РФ от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ
33. Гражданский кодекс РФ
34. Федеральный закон «О внесении изменений и дополнений в Закон РСФСР «О банках и банковской деятельности в РСФСР» от 3 февраля 1996 г. № 17-ФЗ
35. Налоговый кодекс Российской Федерации
36. Постановление Правительства РСФСР «О перечне сведений, которые не могут составлять коммерческую тайну» от 5 декабря 1991 г. № 35
37. Федеральный закон «Об авторском праве и смежных правах» от 9 июля 1993 г. № 5351-1 (с последующими изменениями)
38. Федеральный закон «О рекламе» от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ
39. (с последующими изменениями)
40. Федеральный закон «Об электронной цифровой подписи» от 10 января 2002 г. N 1-ФЗ

в) программное обеспечение

WindowsXP,MSOffice

11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины:

Курс состоит из лекций, практических занятий (семинаров) и индивидуальных академических консультаций. Формат семинара – обсуждение основных теоретических вопросов и выполнение практических заданий, подготовка развернутых ответов на вопросы, предложенные преподавателем для обсуждения. Проводится два письменных тестирования на основе пройденного материала и по дополнительной литературе. Студенты должны выступить с аналитическим сообщением по одной из тем и принять активное участие в обсуждении практических работ.

12.Материалы для оценки уровня освоения учебного материала (фонд оценочных средств), разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН

Разработчик:

профессор, кафедра массовых коммуникаций



Г.Н. Трофимова

Руководитель программы

доцент кафедры массовых коммуникаций



Е.Ю. Бурдовская

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций
профессор кафедры массовых коммуникаций

 В.В. Барабаш

Программа утверждена на заседании кафедры массовых коммуникаций протокол № 9 от 29.04.2021 г.

Программа одобрена на заседании Ученого Совета филологического факультета протокол № 13 от 15.06.2021 г.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Филологический факультет

Рекомендовано МССН

Кафедра массовых коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:

«Информационные технологии в журналистике и научных исследованиях (включая технологии анализа и обработки данных)»

Рекомендуется для направления подготовки

42.04.02.

Организация информационного производства

1.Цели и задачи дисциплины: курс «Информационные технологии в журналистике и научных исследованиях (включая технологии анализа и обработки данных)»

предназначен для магистров, обучающихся по направлению «Организация информационного производства». Курс направлен не только на изучение информационных технологий и овладение ими для реализации профессиональной деятельности, но и на выработку умений по разработке новых информационных технологий не только для профессиональной деятельности журналиста, но и для научных исследований в сфере журналистики как научного знания.

Цель курса - формирование у студентов знаний о развитии и специфике глобального информационного пространства, умений и навыков в области современных информационных и компьютерных технологий, используемых в работе профессионального журналиста и в гуманитарных научных исследованиях.

Главная задача курса – сформировать ясное представление о том, как развивается глобальное информационное пространство, в чем состоит специфика умений и навыков в области современных информационных и компьютерных технологий, используемых в работе профессионального журналиста и в гуманитарных научных исследованиях в сфере журналистики как научного знания.

Задачи курса:

- ознакомить студентов с новыми тенденциями развития средств массовой информации в условиях формирования информационного общества, а также с той частью новых информационных и компьютерных технологий, которая необходима в практической профессиональной работе журналиста;
- сформировать устойчивые навыки журналистской работы на компьютере и в Интернете;
- познакомиться с общими тенденциями развития общественного сознания в условиях становления информационного общества на базе развития новых информационных технологий;
- изучить возможности использования компьютера и новых информационных технологий в индивидуальной работе журналиста;
- обучиться основам компьютерной верстки и дизайна;
- рассмотреть особенности сетевых средств массовой информации;
- научить их осуществлять свою научную деятельность с учётом особенностей влияния информационных и компьютерных технологий на массовую аудиторию, общество и СМИ, работать с основными компьютерными программами, с различными носителями информации, современной мультимедийной техникой, а

также обучить студентов методике поиска информации с помощью информационных баз данных, информационно-справочных и поисковых систем, методике написания сетевых текстов и интерактивной работы с сетевой аудиторией.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

| п/п | Шифр и наименование компетенции | Предшествующие дисциплины | Последующие дисциплины (группы дисциплин) |
|-----------------------------------|---------------------------------|---|---|
| Универсальные компетенции | | | |
| | УК-7 | Методология и методика медиаисследований | Информационная безопасность |
| Общепрофильные компетенции | | | |
| | ОПК-3 | Введение в организацию информационного производства | Деонтология журналистики |
| | ОПК-6 | Введение в организацию информационного производства | Деонтология журналистики |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-7 Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.

ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

ОПК-6 - Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: закономерности формирования информационного общества, особенности работы журналиста в условиях развития глобального информационного пространства и мультимедийной среды; виды и методы работы с современными медиа-технологиями, современным компьютерным оборудованием, беспроводными технологиями, офисной техникой, профессиональным полиграфическим цифровым оборудованием, методику работы с программным обеспечением, необходимым для создания и обработки текстов, визуальной, аудио- и аудиовизуальной информации, системами обмена информацией; возможности и различия поисковых система Интернета, особенности работы с информационными базами данных, а также методы поиска информации; интернет-

ресурсы, помогающие в работе журналиста; современное техническое оснащение профессионального журналиста; особенности компьютерно-сетевой работы с текстами и интернет-аудиторией, принципы компьютерного дизайна.

Уметь: использовать в профессиональной деятельности особенности интернет-аудитории, компьютерные и сетевые технологии, пользоваться программным обеспечением, необходимым для создания и обработки текстов, визуальной, аудио- и аудиовизуальной информации, цифровыми устройствами ввода текстовой, графической, аудио- и аудиовизуальной информации, уметь использовать в профессиональной работе мобильную связь и другие коммуникационные технологии; работать с информационными потоками в Интернете, использовать информационные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы; уметь работать с массовой интернет-аудиторией и сотрудничать в сетевых СМИ.

Владеть: навыками организации работы сетевого СМИ, создания сетевых текстов по принципам гипертекстовой структуры, использования различных программных средств, составления презентаций, проведения web-конференций с использованием коммуникационного оборудования, языков составления запросов в различных поисковых системах и информационных базах данных, навыками работы в условиях глобального информационного пространства, подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, аудиовизуальной, фото, графической и т.п.) для размещения на различных мультимедийных платформах, компьютерной верстки и дизайна, а также работы с массовой интернет-аудиторией.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры | | | |
|---------------------------------------|-------------|----------|----|---|---|
| | | 1 | | | |
| Аудиторные занятия (всего) | 18 | 18 | | | |
| В том числе: | | | | - | - |
| Лекции | 9 | 9 | | | |
| Практические занятия (ПЗ) | 9 | 9 | | | |
| Семинары (С) | | | | | |
| Лабораторные работы (ЛР) | | | | | |
| Самостоятельная работа (всего) | 46 | 46 | | | |
| Контроль | 8 | 8 | | | |
| Общая трудоемкость | час | 72 | 72 | | |
| зач. ед. | | 2 | 2 | | |

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|-------|---|--|
| 1. | Место и значение новых информационных технологий в современном обществе | Компьютерные технологии в современном мире. Персональный компьютер. Становление информационного общества. Новые информационные технологии. Интернет и WWW. Определения информационного общества. Признаки информационного общества. Этапы развития информационного общества. Специфика информационного пространства. Концепция информационного общества. Проблема информационной безопасности. Информационная индустрия и СМИ. Специфика информатизации в России. Основные |

| | | |
|----|--|--|
| | | компоненты компьютерных технологий: аппаратные средства, программное обеспечение. Их типология и использование в деятельности медиапредприятий. |
| 2. | Сознание и философия информационного общества | Понятие «ноосферы» у В.И.Вернадского. Условия формирования нового сознания в информационном обществе. Социальный аспект информационного общества. Понятие виртуальности. Сознание и философия интернет-сообщества. Язык и речь в Интернете. Виртуальная языковая личность. Культура виртуальной речи. Речевое поведение в Интернете. Языковые и внеязыковые средства веб-коммуникации. Языковая интернет-картина мира. |
| 3. | Особенности функционирования языка СМИ в Интернете | Интернет как новая среда функционирования языка. Интернет как языковая среда. Виртуальные условия функционирования языка. Фонетико-графические новации в языке. Морфология и словообразовательные процессы в Интернете. Компьютерно-сетевая лексика и ее освоение. Синтаксические особенности языка в сети. Особенности мультимедиа-текста в Интернете. Система гиперссылок в виртуальном тексте. Жанры и специфика речевой веб-коммуникации. Особенности веб-коммуникативного акта. Официально-деловой и научный стили в Интернете. Художественная литература и поэзия в Сети. Интернет-функционирование разговорной речи. Языковая игра и карнавализация языка в Сети. Нормализация сетевого узуса. |
| 4. | Компьютер в персональной работе журналиста. | Персональный компьютер на службе у журналиста. Текст и персональный компьютер. Возможности текстовых редакторов. Компьютерное литературное редактирование. Компьютерное техническое редактирование. Подготовка текста к компьютерной верстке. Проблемы работы с текстом на компьютере. Кибернетизация языкового мышления. Базы данных и исследовательская журналистика. Релятивные базы и сортировка данных. Кибержурналистика, киберрепортаж, киберинтервью. Офисная техника в работе журналиста. Работа с программами MSWord, MSExcel, PowerPoint. Медиаметрия как направление использования компьютерных технологий в медиаисследованиях. Автоматизированные измерения аудитории телевидения, радио, Интернета. Измерение реакции телезрителей и радиослушателей по отношению к контенту. Дайал-тест. |
| 5. | Интернет в персональной работе журналиста | Поиск, сбор, хранение и распространение информации. Электронная почта, форумы, конференции, чаты и блоги. Всемирная паутина. Программы Gopher, Telnet, FTR, Usenet и электронные доски объявлений, IRC. Справочно-информационные службы. Правовое законодательство и Интернет. Этика работы журналиста в Интернете. Особенности создания сетевого текста. Гипертекст и его специфика. Заголовок сетевого текста. Работа с базами данных ИА «Интегрум». Поисковые системы нового поколения. Персональные новости. RSS-каналы интернет- |

| | | |
|----|---|--|
| | | радио, интернет-телевидение, web-камеры, проведение web-конференций. Формирование баз данных контента СМИ и управление ими. Формирование баз данных об аудитории и управление ими. Программы «Adex», «Palomars», «Infosys», «SuperNova», «Galileo» и др. |
| 6. | Структура интернет-пространства. Создание сайта. Специфика блогосферы | Формальная и неформальная веб-коммуникация. Речевой портрет веб-коммуниканта. Литературная жизнь в Интернете. Сетевые литературные ресурсы. Электронные библиотеки. Интерактивные живые романы. Коллективное веб-творчество. Вариантные сюжеты. Жанры кибературы. Литературные интерактивные игры. Этапы создания сайта. Тематика и направленность. Цели создания. Определение целевых аудиторий. Разработка содержания. Разработка дизайна. Оценка эффективности. Практические правила сайтостроительства и сетикета. Продвижение сайта. Предстартовая проверка. Анонсирование на поисковых системах. Баннеры и ссылки дружественных сайтов. Статистика посещения. |
| 7. | Интернет как новая сфера массовых информационных и коммуникативных процессов и предмет научных исследований | Программа Microsoft Excel как основной инструмент анализа цифровой информации на медиапредприятиях. Базовые операции программы Excel. Построение графиков, круговых диаграмм, столбиковых диаграмм, диаграмм рассеяния. Элементы статистического анализа и их реализация в сфере медиаисследований с помощью программы Excel. Регрессионные модели. Построение трендов. Анализ временных рядов. Корреляционный анализ и его использование для анализа данных. Компьютерный анализ аудитории и его использование в практике СМИ. Построение позиционных карт СМИ. Расчёт погрешности аудиторных показателей. Принципы компьютерного прогнозирования аудитории электронных СМИ. Построение простейших прогнозных моделей поведения аудитории. Компьютерный анализ аудитории и его использование в рекламной и PR-деятельности. Программы для медиапланирования и посткампейн-анализа |
| 8. | Компьютерная верстка и дизайн печатных периодических изданий | Виды программных средств, широко используемых в сфере СМИ. Программные средства для вёрстки печатных и Интернет-изданий, подготовки графических материалов, подготовки новостных выпусков на радио и телевидении и др. Композиционно-графическая модель. Определение и критерии. Этапы формирования модели. Структура модели. Общие параметры. Формат. Объем. Заголовок и логотип. Заголовочный комплекс. Логотип и колонтитул. Графическое лицо печатного издания. Шрифты. Размещение текста на полосе. Шрифтовые и нешрифтовые выделения в тексте. Иллюстрации и информационная графика. Фотографии. Рисованные иллюстрации. Информационная графика. Пробелы, линейки и маркеры. Дизайн газетной полосы. Макет и модульная сетка. Верстка. Принципы компьютерного |

| | | |
|----|--|---|
| | | дизайна. Основные приемы компьютерной верстки. Необходимые программы для верстки макета. Программы для работы с иллюстрациями. Ввод в компьютер и обработка фото- и видеоизображений с различных носителей. |
| 9. | Сетевые СМИ как средство массовой информации и коммуникации как предмет научных исследований | Место интернет-СМИ в современной журналистике. Классификация интернет-СМИ. Достоинства и недостатки сетевых СМИ. Влияние сетевых СМИ на развитие журналистики. PR-технологии в сетевых СМИ. Реклама в сетевых изданиях. Новые возможности в создании имиджа. Язык и стиль сетевых СМИ. Сетевая культура и культура речи в СМИ. Особенности речевой киберкоммуникации и русского языка в сетевых СМИ. Влияние сетевых особенностей русского языка на речевую практику и формирование текста в традиционных СМИ. Настоящее и будущее газетно-публицистического стиля. |
| 10 | Информационные технологии в научных исследованиях | Основные компьютерные программы по медиапланированию и их ведущие характеристики. Медиаметрия и возможности её применения. Программные средства подготовки новостных выпусков на радио и телевидении: сравнительный обзор. Основные принципы контент-анализа. Сравнительный анализ компьютерных программ антиплагиата. |

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Лекц. | Практ. зан. | Рубежная аттестация | Итоговая аттестация | СРС | Всего час. |
|-------|---|-------|-------------|---------------------|---------------------|-----|------------|
| | Место и значение новых информационных технологий в современном обществе | 0,5 | 0,5 | | | 2 | 3 |
| | Сознание и философия информационного общества | 0,5 | 0,5 | | | 2 | 3 |
| | Особенности функционирования языка СМИ в Интернете | 1 | 1 | | | 2 | 4 |
| | Компьютер в персональной работе журналиста. | 1 | 1 | | | 4 | 6 |
| | Интернет в персональной работе журналиста | 1 | 1 | | | 6 | 8 |
| | Структура интернет-пространства. Создание сайта. Специфика блогосферы | 1 | 1 | | | 6 | 8 |
| | Интернет как новая сфера массовых информационных и коммуникативных процессов и предмет научных исследований | 1 | 1 | | | 6 | 8 |
| | Компьютерная верстка и дизайн печатных периодических изданий | 1 | 1 | | | 6 | 8 |
| | Сетевые СМИ как средство | 1 | 1 | | | 6 | 8 |

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|----|----|
| массовой информации и коммуникации | | | | | | |
| Информационные технологии в научных исследованиях и предмет научных исследований | 1 | 1 | | | 6 | 8 |
| | | | 4 | 4 | | 8 |
| Итого | 9 | 9 | 4 | 4 | 46 | 72 |

6. Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом

7. Практические занятия (семинары)

| № п/п | № раздела дисциплины | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (час.) |
|-------|----------------------|--|---------------------|
| 1. | 1 | Место и значение новых информационных технологий в современном обществе. | 0,5 |
| 2. | 2 | Сознание и философия информационного общества | 0,5 |
| 3. | 3 | Особенности функционирования языка СМИ в Интернете | 1 |
| 4. | 4 | Компьютер в персональной работе журналиста | 1 |
| 5. | 5 | Интернет в персональной работе журналиста | 1 |
| 6. | 6 | Информационная виртуальная среда. Создание сайта. Специфика блога. | 1 |
| 7. | 7 | Интернет как новая сфера функционирования массовых информационных и коммуникативных процессов и предмет научных исследований | 1 |
| 8. | 8 | Компьютерная верстка и дизайн печатных периодических изданий. | 1 |
| 9. | 9 | Сетевые СМИ как средство массовой информации и коммуникации и предмет научных исследований | 1 |
| 10. | 19 | Информационные технологии в научных исследованиях и предмет научных исследований | 1 |

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Данная дисциплина предусматривает работу в компьютерном классе, подключённом в Интернету, с соответствующим программным обеспечением, поддержкой аудио- и видеоформатов, специальным оборудованием для аудиовизуальной демонстрации внешних носителей.

Также необходимо обеспечение расходными материалами (бумага для принтера и факса, картриджи, маркеры).

9. Информационное обеспечение дисциплины

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. <http://www.integrum.ru>
2. <http://www.regnum.ru>
3. <http://www.nigma.ru>
4. <http://www.yandex.ru>
5. <http://www.google.com>

Все материалы размещены в ТУИС.

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Интернет-СМИ: Теория и практика. Под ред. М.М.Лукиной. – М., 2010.
2. *Калмыков А.А., Коханова Л.А.* Интернет-журналистика. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
3. *Кихтан В.В.* Информационные технологии в журналистике. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 2004, с.21-29.
4. *Кодыкарёв Н.А.* Открытые и бесплатные программы для Windows. – СПб., 2007
5. *Леонтьев В.П.* Мобильный Интернет. – М., 2008.
6. *Ныркова Л.М.* Как делается газета. – М.: 1998, с.3-44.
7. *Рэнди Рэддик, Элиот Кинг.* Журналистика в стиле он-лайн. – М.: 1999, с.15-50.
8. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М., 2004.
9. *Чумиков А., Бочаров М., Тишкова М.* PR в Интернете. – М., 2010.

б) дополнительная литература

6. *Гуревич С.М.* Номер газеты. – М., 2002.
7. *Моисеев Н.Н.* Универсум, информация, общество. – М., 2001.
8. *Овчинникова И.Г., Углова И.А.* Компьютерное моделирование вербальной коммуникации. – М., 2009.
9. *Сметанина С.И.* Медиа-текст в системе культуры. – СПб., 2002. - с.61-84.
10. *Субботин М.М.* Гипертекст. Новая форма письменной коммуникации // ВИНТИ. Сер. Информатика. Т. 18. - М.: 1994, с.81-98.
11. *Трофимова Г.Н.* Языковой вкус интернет-эпохи в России. – М., 2009.
12. http://zhurnal.lib.ru/p/perewalow_w_w/hitechjournalism.shtml

11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины:

Дисциплина предусматривает чередование лекционных и практических занятий. На практических занятиях предлагается выполнить следующие виды занятий:

1. Обсуждение в сетевых общедоступных чатах и на веб-форумах темы «Особенности языковой веб-личности»;
2. Подборка примеров функционирования языка в интернет-СМИ на уровнях фонетики, лексики, морфологии и словообразования, синтаксиса, всех функциональных стилей и культуры речи (аграмматизм и невербальные средства коммуникации);
3. Подготовка текста к компьютерной верстке, составление таблиц и диаграмм в программе EXEL;
4. Формирование релятивной базы данных по заданной тематике;
5. Работа с поисковыми системами, формирование тематической выборки сетевых ресурсов по своей специализации (не менее 10 самых полезных ссылок);
6. Разметка текста по принципу гипертекстовой структуры для размещения в Интернете;
7. Сравнительный анализ 3-х сайтов по предложенным критериям, разработка технического задания на сайт;
8. Подготовка плана макета периодического издания и верстка 2-х полос;
9. Сравнительный анализ 5-ти сетевых СМИ (по 1 из каждой группы).

12. Материалы для оценки уровня освоения учебного материала (фонд оценочных средств), разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик:

профессор, кафедра массовых коммуникаций



Г.Н. Трофимова

Руководитель программы

доцент кафедры массовых коммуникаций



Е.Ю. Бурдовская

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций
профессор кафедры массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Программа утверждена на заседании кафедры массовых коммуникаций протокол № 9 от 29.04.2021 г.

Программа одобрена на заседании Ученого Совета филологического факультета протокол № 13 от 15.06.2021 г.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

*филологический факультет
кафедра массовых коммуникаций*

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины: Детская онлайн-журналистика

Рекомендуется для направления подготовки

42.04.02. Организация информационного производства

Направление программы (профиль): Журналистика

Квалификация (степень) выпускника: магистр

1. Цели и задачи дисциплины:

Основная **цель** курса «Детская онлайн-журналистика» – раскрыть в историческом аспекте важнейшие этапы становления и развития детской сетевой журналистики как преемницы детских печатных СМИ, дать слушателям целостное представление о современных детских и юношеских сетевых изданиях – неотъемлемой составляющей всех средств массовой информации, в том числе российских, научить активно и творчески использовать полученные знания при создании нового или при улучшении уже существующего детского печатного или сетевого издания.

Основу **теоретической** базы составляют три крупных раздела:

1. Теоретический раздел: история и современное состояние детской журналистики.
2. Правовой раздел: правовое регулирование сетевых изданий, включая детские.
3. Исследовательский раздел: детская и подростковая аудитория как объект и субъект сетевой журналистики.

Основу **практической** базы составляет раздел:

Методика создания детского онлайн-СМИ.

Задачи курса:

1. Раскрыть специфику детских газет и журналов в контексте их исторического развития.
2. Познакомить слушателей с наиболее интересными образцами детской сетевой периодики.
3. Передать теоретические знания об особенностях современных детских массовых коммуникаций.
4. Помочь слушателям овладеть практическими навыками работы с современными технологиями для сотрудничества с детскими и юношескими изданиями.
5. Сформулировать методы редакторской работы в детском и юношеском сетевом издании (выбор названия, наполнение контента, подготовка и редактирование материалов, подбор иллюстративного ряда и др.).
6. Сформировать и совершенствовать дополнительные профессиональные компетенции в области маркетинговой деятельности сетевых изданий для детской и юношеской аудитории.

Практическая часть состоит из подготовки творческих заданий, организации ролевых игр, проведения тематических дискуссий, круглых столов и мастер-классов, способствующих усвоению лекционного материала. Одной из важных составляющих практических занятий является разработка индивидуальных проектов (работа по группам) детских сетевых изданий, включающая написание бизнес-планов. Её цель – научить студентов поэтапно разрабатывать собственное сетевое издание, обосновывать актуальность и эффективность проекта, решать организационные задачи и планировать дальнейшее развитие сетевого СМИ.

Курс предполагает освоение методов литературного редактирования текстов для детских сетевых изданий.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

| № п/п | Шифр и наименование компетенции | Предшествующие дисциплины | Последующие дисциплины (группы дисциплин) |
|-------|---------------------------------|---------------------------|---|
|-------|---------------------------------|---------------------------|---|

| Универсальные компетенции | | | |
|----------------------------------|--|----|----|
| 1. | | | 1. |
| Общепрофессиональные компетенции | | | |
| 1. | | | 1. |
| 2. | | 1. | 1. |

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

| Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций | Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника программы бакалавриата |
|--|---|
| Универсальные компетенции | УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия |
| | УК-6: Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее |

| | |
|----------------------------------|---|
| | совершенствования на основе самооценки |
| Общепрофессиональные компетенции | ОПК-1: Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем |
| | ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты |
| Профессиональные компетенции | ПК-1: Способен создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов. Выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности |
| | ПК-3: Готовность создавать журналистские авторские материалы, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, знании технологии их создания и существующих профессиональных стандартов |

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: Основные этапы развития детской и подростковой периодической и сетевой журналистики в России. Типологические особенности детской периодики. Специфику взаимодействия детской журналистики с «взрослой» журналистикой, с «взрослым» и детским книгоизданием.

Уметь: Выявлять основные тенденции формирования системы детских средств массовой информации. Анализировать ошибки и достижения, опираясь на предыдущий опыт, как отечественный, так и зарубежный, при организации нового детского печатного или сетевого издания. Формировать детскую и юношескую мультимедийную среду, используя свои способности и исходя из потребностей общества в реализации образовательных и воспитательных задач в отношении молодёжной аудитории. Применять на практике полученные знания при подготовке и редактировании материалов для детских печатных и сетевых изданий. Ориентироваться в уже существующей детской медиасреде с целью выбора наиболее востребованных и эффективных изданий. Вырабатывать рекомендации для совершенствования существующего детского печатного или сетевого издания, учитывая их особенности, специфику и возрастные ограничения.

Владеть: Методами сбора и обработки информации, навыками подготовки журналистских материалов для детских и подростковых сетевых СМИ, учитывая стилистические особенности языка и другие изобразительно-выразительные средства периодической печати. Теоретическими основами проектирования детского издания. Знаниями новейших технологий при планировании и организации детского средства массовой информации. Стратегиями восприятия, анализа и создания письменных текстов

разных типов и жанров для детских сетевых ресурсов. Приёмами самостоятельной работы с применением различного уровня контент-анализа детской и юношеской периодики – от ознакомительного просмотра изданий и их публикаций до систематического мониторинга. Приёмами и методами работы в области конвергентной журналистики, основами видеопроизводства буктрейлера.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

| Вид учебной работы | Всего часов | Модуль | | | |
|---------------------------------------|-----------------|-----------|--|--|--|
| | | 6 | | | |
| Аудиторные занятия (всего) | 72 | 72 | | | |
| В том числе: | | | | | |
| Лекции | | | | | |
| Практические занятия (ПЗ) | 32 | 32 | | | |
| Контроль | 16 | 16 | | | |
| Самостоятельная работа (всего) | 24 | 24 | | | |
| Общая трудоемкость | 72 | 72 | | | |
| | час зач. ед. | 2 | | | |

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|-------|--|---|
| 1. | РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ДЕТСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ | ТЕМА 1. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И СТАНОВЛЕНИЯ ДЕТСКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ. Понятие и периодизация детской журналистики, её возникновение и становление, место детской периодики в системе СМИ и СМК. Первый детский журнал «Детское чтение для сердца и разума» Н.И. Новикова. Становление и расцвет российской детской журналистики в XIX веке. Тенденции развития детской журналистики начала XX века. Детские дореволюционные журналы, их специфика и направленность. Становление советской детской журналистики (1917–1920). «Золотой век» детской литературы и журналистики (1920–1930). Журналистика для детей в эпоху «тоталитарного идеологического контроля» (1931–1955), в периоды «оттепели» (1956–1964) и «застоя» (1965–1984). Текст и подтекст. Эпоха «шестидесятников» и самиздата. Журналы и газеты для детей и подростков в годы «перестройки» (1985–1991). ТЕМА 2. ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ДЕТСКИХ СМИ. Отечественная детская журналистика конца XX века. Разрушение старой и формирование новой |

| | | |
|----|--|---|
| | | <p>системы детских СМИ. Типологические особенности детских СМИ. Российская детская журналистика на современном этапе (2010–2018 годы): проблемы, тенденции и перспективы развития. Конвергенция различных носителей информации в современном обществе. Роль учредителя и редактора в формировании облика детского СМИ. Авторский коллектив редакции детской периодики.</p> <p>ТЕМА 3. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ДЕТСКИХ СЕТЕВЫХ РЕСУРСОВ.</p> <p>История возникновения сетевых ресурсов для детей. Литературные сайты детского Рунета (детский Рулинет). Типологические черты «сетературы». Типология детской онлайн-периодики. Понятие «детская интернет-журналистика». Зарубежные практики и их использование в русскоязычных детских сетевых проектах (на примере детского Франета – франкоязычного Интернета). Деятельность в сети российских книжных и журнальных издательств. Коллективные и авторские проекты детских сетевых изданий Рунета. Блогосфера русскоязычного сегмента сети. Блоги, посвящённые детской литературе, журналистике, журнальной и книжной иллюстрации. Специфические особенности рекламы в детских изданиях.</p> |
| 2. | <p>РАЗДЕЛ II. ПРАВОВОЙ ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СЕТЕВЫХ ИЗДАНИЙ</p> | <p>ТЕМА 4. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ СЕТЕВЫХ ИЗДАНИЙ</p> <p>Закон Российской Федерации от 27.12.1991 года «О средствах массовой информации» в новой редакции от 10.11.2011 года. Положение Закона о регистрации сетевого издания, формальное сохранение добровольности регистрации сайта в Интернете в качестве СМИ. Противоречивость принятых норм. Основной законодательный документ России в области защиты авторского права: Гражданский кодекс Российской Федерации, часть четвертая (ГК РФ). Авторское право в Рунете. Специфика авторско-правовых отношений в интернет-СМИ. Сетевой этикет (нетикет): понятие и правила поведения.</p> <p>ТЕМА 5. ОСНОВНЫЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АКТЫ В ОТНОШЕНИИ ДЕТСКИХ ИЗДАНИЙ</p> <p>Стандарты по издательскому делу. ОСТ 29.1272002 «Издания книжные и журнальные для детей и подростков». Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон О концессионных соглашениях и отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 30.06.2008 N 108-ФЗ.</p> |

| | | |
|----|--|---|
| | | <p>Технический регламент Таможенного союза «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» (ТР ТС 007/2011). Федеральный закон от 29 декабря 2010 г. N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Сертификация детских книг и журналов на основе технического регламента 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков». Формулировка критериев оценки качества печатной продукции и других изделий для детей и подростков. Значение перечисленных законодательных документов для детского книгоиздания и детской периодики.</p> |
| 3. | <p>РАЗДЕЛ III. ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ДЕТСКАЯ И ПОДРОСТКОВАЯ АУДИТОРИЯ КАК ОБЪЕКТ И СУБЪЕКТ СЕТЕВОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ</p> | <p>ТЕМА 6. ДЕТСКАЯ И ПОДРОСТКОВАЯ АУДИТОРИЯ И ЕЕ ИЗУЧЕНИЕ Классификация детской и подростковой аудитории. Возрастные и психологические особенности целевой аудитории и обусловленные ею особенности рекламы в детских сетевых изданиях. Трансформация модели чтения в эпоху информационных технологий. Исследования детского и подросткового чтения XXI века. Отношение к детской и подростковой читательской аудитории как к объекту воздействия СМИ и как к субъекту взаимодействия со средствами массовой информации. Переход от субъектно-объектных к субъектно-субъектным отношениям между аудиторией и СМИ в детском Рунете. Изменение функций детских СМИ.</p> <p>ТЕМА 7. ОСНОВЫ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В ШКОЛЕ Исторические аспекты медиаобразования. Цели и задачи современного медиаобразования. Понятие «медиаграмотность». Дети и подростки как объекты медиаобразования. Векторы и ключевые аспекты медиаобразования. Британская и французская модели медиаобразования. Российский модуль медиаобразования. Журналистские специализации для школьников: программы мастер-классов.</p> <p>ТЕМА 8. ПРОЦЕССЫ КОНВЕРГЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ДЕТСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ Особая роль детской книги в цифровую эпоху. Методика и специфика творческой деятельности буктьюбера. Буктрейлеры как жанр конвергентной журналистики, объединяющий литературу, визуальное искусство и Интернет. Классификация буктрейлеров. Интернет-ресурсы детского телевидения и детского радиовещания.</p> |
| 4. | <p>РАЗДЕЛ IV. ПРАКТИЧЕСКИЙ МЕТОДИКА СОЗДАНИЯ</p> | <p>ТЕМА 9. ТИПОЛОГИЯ ДЕТСКИХ СЕТЕВЫХ ИЗДАНИЙ Специфика классификации электронных изданий. Типологические особенности детских печатных и</p> |

| | | |
|--|---------------------|---|
| | ДЕТСКОГО ОНЛАЙН-СМИ | <p>сетевых изданий. Зависимость тематики и направления детского сетевого СМИ от типа издания, возрастных особенностей детской и подростковой аудитории. Концепции сетевого СМИ. Виды детских журналов в Рунете. Профессиональная и любительская онлайн-журналистика. Интернет-представительства печатных журналов. Смешанные издания: версии офлайн и онлайн. Сетевые журналы, не имеющие печатных аналогов. Пять уровней доступа к детскому сетевому СМИ. ЮНПРЕСС и школьная периодика.</p> <p>ТЕМА 10. СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕТСКИХ ОНЛАЙН-СМИ</p> <p>Соответствие тематической направленности детского сетевого издания обучающей, воспитательной и рекреационной функции детской журналистики. Детские сетевые массмедиа в системе ресурсов Рунета. Текст и гипертекст в детском сетевом издании. Контент-анализ ведущих детских сетевых СМИ русскоязычного, франкоязычного и англоязычного сегментов Интернета, их сравнительная характеристика.</p> <p>ТЕМА 11. ВЕБ-ДИЗАЙН И ВЕБ-РЕДАКТИРОВАНИЕ ДЕТСКОГО СЕТЕВОГО РЕСУРСА</p> <p>Теоретические основы проектирования детского сетевого ресурса. Веб-дизайн. Веб-редактирование детского онлайн-издания. Технические требования к детскому сетевому изданию. Композиционно-графические характеристики детского журнала. Роль иллюстративного ряда в детском издании. Понятие «популярный веб-ресурс». Продвижение детского онлайн-журнала.</p> <p>ТЕМА 12. РАЗРАБОТКА МЕДИАПРОЕКТА ДЕТСКОГО СЕТЕВОГО СМИ</p> <p>Организация редакционного коллектива онлайн-проекта детского СМИ на основе учебной студенческой группы. Знакомство с профессиональными ролями в детском сетевом издании и со структурой его редакции. Ролевая игра «Один день из жизни детского сетевого издания». Утверждение названий сетевых детских изданий, их концепций, закрепление их в тематических направлениях-рубриках. Выборы ответственных за ведение конкретных работ по организации и продвижению детского сетевого СМИ. Работа над бизнес-планом.</p> |
|--|---------------------|---|

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Пр. | СР | Рубежная / итоговая | Всего час. |
|-------|---------------------------------|-----|----|---------------------|------------|
|-------|---------------------------------|-----|----|---------------------|------------|

| | | | | | |
|----|--|--|--|-------------------|--|
| | | | | аттестация | |
| 1. | РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ История и современное состояние детской журналистики | | | | |
| 2. | РАЗДЕЛ II. ПРАВОВОЙ Правовое регулирование сетевых изданий | | | | |
| 3. | РАЗДЕЛ III. ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ Детская и подростковая аудитория как объект и субъект сетевой журналистики. | | | | |
| 4. | РАЗДЕЛ IV. ПРАКТИЧЕСКИЙ Методика создания детского онлайнСМИ | | | | |
| | <i>Итого:</i> | | | | |

6. Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом

7. Практические занятия (семинары)

| № п/п | № раздела дисциплины | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (час) |
|-------|----------------------|---|--------------------|
| 1. | 1. | | 2 |
| 2. | 1. | | 4 |
| 3. | 1. | | 2 |
| 4. | 2. | | 1 |
| 5. | 2. | | 1 |
| 6. | 2. | | 2 |
| 7. | 3. | | 2 |
| 8. | 3. | | 2 |
| 9. | 3. | | 4 |
| 10. | 4. | | 4 |
| 11. | 4. | | 4 |
| 12. | 4. | | 4 |

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных занятий с мультимедийными средствами, оснащенная ПК с возможностями выхода в Интернет.

9. Информационное обеспечение дисциплины:

| № п/п | Основные сведения об электронно-библиотечных системах <*> | Краткая характеристика |
|-------|---|---|
| 1. | Наименование электронно-библиотечных систем, предоставляющих возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет. | <ol style="list-style-type: none">1. Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web;2. Университетская библиотека онлайн http://www.biblioclub.ru;3. Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» http://rucont.ru;4. Консультант студента www.studentlibrary.ru;5. Информационно-поисковые системы: «Rambler», «Yandex», «Aport», «Google», «Mail», «Altavista»;6. Регистрационный каталог периодики Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (РОСКОМНАДЗОР) https://rkn.gov.ru/masscommunications/reestr/media/;7. Научная электронная библиотека https://elibrary.ru/defaultx.asp: адресная книга «Жёлтые страницы Internet» http://www.internetkniga.ru/;8. Литературный каталог сайтов https://www.netslova.ru/ring/;9. Библиотека детских журналов http://detmagazin.ucoz.ru/ ;10. Сайт Российской государственной детской библиотеки http://www.rgdb.ru ;11. БиблиоГид http://bibliogid.ru ;12. Региональный сайт детских библиотек Ленинградской области под руководством ЛОДБ http://deti.spb.ru. |
| 2. | Базы данных для подготовки групповых и индивидуальных заданий. | <ol style="list-style-type: none">1. База научной и технической информации «ScienceDirect» www.sciencedirect.com;2. База данных «ИВИС» http://www.ivis.ru;3. «Arzamas.academy» – проект, посвященный истории культуры https://arzamas.academy/; |

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

Основная литература:

1. Аникина М. Е., Баранов В. В., Воронова О. А. и др. Типология периодической печати: Учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 236 с.
2. Арзамасцева И. Н., Николаева С. А. Детская литература. – М.: Academia, 2012. – 574 с.
3. ГОСТ 7.83.2001. «Электронные издания: Основные виды и выходные сведения // Стандарты по издательскому делу. 3-е изд. / сост. А. А. Джиго, С. Ю. Калинин. – М.: Экономистъ, 2004, – 623 с.
4. Журналистика электронных сетей. Сборник научных работ / отв. ред. проф. Акопов А.И. – Воронеж: ВГУ, 2007. – 253 с.

5. Засурский И. И. Глава пятая. Интернет в России // Реконструкция России: Массмедиа и политика в 90-е годы. – М.: МГУ, 2001. – С. 159–202.
6. Зимина Л. В. Современные издательские стратегии: От традиционного книгоиздания до сетевых технологий культурной памяти. – М.: Наука, 2004. – 274 с.
7. Интернет и интерактивные электронные медиа: реальность и перспектива. Часть II Блоги в системе массовых коммуникаций. Сборник Лаборатории медиакультуры, коммуникации, конвергенции и цифровых технологий. / Под ред. Засурского И. И. – М.: МГУ, 2007. – 242 с.
8. Интернет-СМИ: теория и практика: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Журналистика» / под ред. М. М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010 – 346 с.
9. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.
10. Кирия И. В. Телевидение и интернет Франции на пути к информационному обществу / отв. ред. Е. Л. Вартанова. – М.: МГУ, 2005. – С. 9.
11. Овсепян Р. П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917– 90-е гг.). – М.: МГУ, 1999. – 304 с.
12. ОСТ 29.127-2002 Издания книжные и журнальные для детей и подростков / Стандарты по издательскому делу / Сост. А. А. Джиго, С. Ю. Калинин. – М.: Экономистъ, 2004. – 623 с.
13. Петрова С.А. Типология детских интернет-СМИ // Альманах кафедры теории и истории журналистики филологического факультета Российского университета дружбы народов. «Журналистика и общество». Сб. научных трудов. – 2007. – №10. – С. 172–181.
14. Средства массовой информации России: Учебное пособие для вузов / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 389 с
15. Техника и технология медиадизайна: В 2-х кн.: Учебное пособие. Кн. 2: Электронные СМИ / Л.А. Браславец [и др.]; Под ред. В.В. Тулупова. – М.: Аспект Пресс, 2018. – 176 с.
16. Шестерина А. М. Основы интернет-журналистики: учеб. пособие. – Тамбов: Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, 2002. – 76 с.
17. Шомова Светлана Андреевна. Мемы как они есть: Учебное пособие / С.А. Шомова. – М.: Аспект Пресс, 2018. – 136 с.

Дополнительная рекомендуемая литература:

1. Алексеева М. И. Советские детские журналы 20-х годов / под ред. проф. А. В. Западова. – М.: МГУ, 1982. – 132 с.
2. Бегак Б. А. Сложная простота: Очерки об искусстве детской литературы / Лицо детского журнала: Краткая история русской и советской детской журналистики. – М.: Сов. писатель, 1980. – С. 57–73.
3. Беленькая Л. Н. Роль журналов «Ёж» (1928-1935 гг.) и «Чиж» (1930–1941 гг.) в становлении художественной публицистики для детей: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / МГУ. – М., 1984. – 212 с.
4. Белинский В. Г., Чернышевский Н. Г., Добролюбов Н. А. О детской литературе. – М.: Дет. лит, 1983. – 430 с.

5. Детское чтение на рубеже веков: Проблемы, исследования, прогнозы: Сборник научных трудов. – Ч. I: Чтение детей и подростков в меняющейся социокультурной ситуации. Детское чтение и новые технологии / Сост. Е. Голубева, В. Чудинова, Л. Михайлова. – М., 2001.
6. Карайченцева С. А. Книговедение: Литературно-художественная и детская книга. Издания по филологии и искусству. – М.: МГУП, 2004. – 424 с.
7. Колесова Л. Н. Детские журналы Советской России 1917 – 1977: Учебное пособие. – Петрозаводск: ПГУ, 1993. – 148 с.
8. Комсомольская правда. Больше, чем газета: чистосердечные признания команды шестого этажа, служившей «Комсомолке» в 60–70-е годы прошлого века / сост. и ред. Семина Л. – М.: Изд. дом «ПоРог», 2006. – 384 с.
9. Кон Л. Советская детская литература (1917–1940). М., Детгиз, 1960.
10. Копцева О. В. Где @ порылась? Защита © в Интернете. – М.: Эксмо, 2009. – 208 с.
11. Лупанова И. П. Полвека: Советская детская литература. 1917–1967. Очерки. – М.: Дет. лит., 1969. – 670 с.
12. Максимюк К. С. Новый интернет для бизнеса: блоги, социальные сети, форумы, видеохостинги. – М.: Эксмо, 2010 – 189 с.
13. Маршак С. Я. Собрание сочинений в 4 томах. Том. 4. Воспитание словом / отв. ред. С. В. Михалков: Сост. и прим. Т.Л. Аверьяновой. – М.: Правда, 1990. – 576 с.
14. Панкеев И. А. Интеллектуальные права в СМИ: проблема регулирования // Медиаскоп. – 2010. – №3. – С. 4.
15. Параничева О. И. Детские журналы: взгляд в 1930-е // Обсерватория культуры. 2006. – № 2. – С. 118-122.
16. Петрова С. А. Детский сетевой журнал в Рунете: становление, проблемы, методы организации : дис. ... канд. фил. наук : 10.01.10 / РУДН. – М., 2013. – 219 с.
17. Попова М. Ф. О феномене современного детского журнала // Эффективность печати: Вопросы методологии, теории и практики. – Свердловск, 1987. – С.100–108.
18. Руденко И. А. Детская и юношеская пресса России // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. – 2003. – № 2. – С.113–117.
19. Современная детская пресса: векторы развития: материалы научно-практического семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов». – СПб.: Санкт-Петербургский гос. ун-т, 2005. – 118 с.
20. Холмов М. И. Становление детской журналистики для детей. – Л.: ЛГУ, 1983. – 209 с.
21. Чуковская Л. К. В лаборатории редактора. – Архангельск: Правда Севера, 2005. – 511с.
22. Чуковский К. И. Матерям о детских журналах. СПб: Рус. скоропеч., 1911. – 103 с.

11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины:

Курс состоит из практических (семинарских) и самостоятельных занятий. Формат самостоятельных занятий – выполнение творческих заданий, обсуждение и утверждение тематики будущих публикаций, написание и редактирование текстов, подбор иллюстраций, обсуждение и оценка готовых для детских сетевых СМИ материалов. В течение семестра проводится конкурс буктрейлеров и защита проектов детских сетевых изданий. Баллы на рубежной аттестации выставляются с учётом посещаемости занятий и качественной подготовки слушателем домашних заданий по отечественной и зарубежной детской онлайн-журналистике. Итоговая аттестация предусматривает призовые баллы,

полученные на конкурсе буктрейлеров, и успешную защиту онлайн-проекта детского журнала. Оценки за промежуточную и итоговую аттестации складываются: баллы за выполненные творческие задания, баллы, полученные на конкурсе буктрейлеров и баллы за успешную защиту онлайн-проектов.

От студентов требуется посещение лекций и обязательное участие в аттестационных испытаниях, своевременное и качественное выполнение заданий преподавателя.

Публикации для индивидуальных онлайн-проектов детских сетевых СМИ

Каждый материал должен быть подготовлен в заданном жанре (информационном, аналитическом, художественно-публицистическом, литературном). Текст должен быть написан грамотно, отвечать нормам русского литературного языка. Содержание текстов должно отличаться актуальностью, социальной направленностью, отражать волнующие детей и подростков проблемы. Основные требования к подготовленному для сетевой публикации тексту: своевременность, доступность, лаконичность, полнота, этичность, соответствие заявленному в издании возрасту ребёнка, оригинальность, новизна. Подготовленные тексты для детских онлайн-СМИ обсуждаются и оцениваются по данным критериям на практических занятиях. К презентационному материалу группа, участвующая в реализации онлайн-проекта, должна подготовить бизнес-план, сделанный по заданной структуре и отвечающий следующим критериям: полнота, глубина исследований, продуманность, оригинальность идеи проекта.

Подготовка презентационного материала и буктрейлеров: соответствие заданной тематике, полнота, наглядность, доступность, новизна, оригинальность.

В анкетировании целевой аудитории должно участвовать не менее 30 реципиентов (детей и подростков).

Представление бизнес-планов и защита индивидуальных проектов детского сетевого издания проводятся с целью проверки усвоения студентами материала курса, их умения применять полученные знания на практике. Объемы рубежной и итоговой аттестаций составляют **по 2 академических** часа на каждую.

Правила выполнения письменных и презентационных работ

Темы творческих работ предварительно обсуждаются с преподавателем. Письменные работы предоставляются в программе Word. Презентации представляются в программе PowerPoint.

Требования к набранным на компьютере творческим работам: шрифт – Times New Roman, полуторный интервал, кегль – 12, объем до 3 страниц; цитирование и сноски в соответствии с принятыми стандартами, тщательная выверенность грамматики, орфографии и синтаксиса.

Не разрешается представлять одну и ту же работу более чем по одному предметному курсу.

Академическая этика

Недопустимо включать в свою работу выдержки из работ других авторов без ссылок, пересказывать чужую работу близко к тексту без отсылки к ней, использовать чужие идеи без указания первоисточника. Это касается и источников, найденных в Интернете. Необходимо указывать полный адрес сайта. Все случаи плагиата должны быть исключены.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) представлен отдельным файлом и размещен отдельным документом в ТУИС.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик:

ст. преподаватель кафедры массовых коммуникаций

С. А. Петрова

Руководитель программы

профессор кафедры массовых коммуникаций

А. А. Грабельников

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций

профессор кафедры массовых коммуникаций

В. В. Барабаш

Программа утверждена на заседании кафедры массовых коммуникаций протокол 11 от 03.06.2020 г.

Программа одобрена на заседании Ученого Совета филологического факультета от 23.06.2020 года, протокол № 12.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

филологический факультет

кафедра массовых коммуникаций

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины: Современные медиасистемы

Рекомендуется для направления подготовки:

42.04.02.

Журналистика

Направленность программы (профиль): Организация информационного производства

Квалификация (степень) выпускника: магистр

1. Цели и задачи дисциплины.

Массовая коммуникация - важнейшая составляющая современной действительности. Мы давно живем в информационном обществе, одним из главных продуктов потребления которого является информация. Фразу «кто владеет информацией, тот владеет миром» сегодня следует трансформировать в выражение «кто генерирует и распространяет информацию, тот владеет миром». Эволюция средств массовой коммуникации, конвергенция СМИ обострили и без того значимую общественную роль информации. В связи с этим подготовка специалистов в области журналистики должна соответствовать духу времени - современный журналист обязан уметь доносить информационное сообщение используя максимальное количество каналов коммуникации. Данный курс поможет получить студентам следующие навыки и умения: делать качественные фотографии, обрабатывать фото и создавать слайд-шоу; снимать видео, записывать аудио, редактировать отснятый материал (видео, аудио файлы), производить конечный продукт; работать с информационным сообщением в социальных медиа; правильно оформлять веб-страницы, эффективно размещать на них контент. Слушатели познакомятся с новыми журналистскими жанрами, технологиями и инструментами современной коммуникации. Курс во многом построен по принципу интерактивности, включает в себя творческую самостоятельную работу, обсуждение и анализ студенческих работ, ролевые игры.

Цель дисциплины: формирование у студентов системного подхода к процессам, происходящим в современном российском медиaprостранстве.

Задачи курса:

- Изучить все составляющие современной российской медиасистемы.

- Помочь студентам разобраться в сложных процессах становления и развития российского медиарынка.
- Получить навыки работы на различных медианосителях, создания современного журналистского продукта и его распространения на различных носителях.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

| № п/п | Шифр и наименование компетенции | Предшествующие дисциплины | Последующие дисциплины (группы дисциплин) |
|---|---------------------------------|--|--|
| Универсальные компетенции | | | |
| 1 | УК-2 | 1. Медиаэкономика 2. Маркетинговое мышление и медиaprостранство 3. Введение в организацию информационного производства Менеджмент в СМИ | 1. Психология управления 2. Конфессиональная коммуникация 3. Муниципальное телевидение 4. Профессионально-творческая практика |
| Общепрофессиональные компетенции | | | |

| | | | |
|---|-------|--|--|
| 2 | ОПК-1 | <ul style="list-style-type: none"> 1. Современные теории массовой коммуникации 2. Язык и стиль СМИ 3. Организация работы пресс-службы 4. Информационная безопасность | <ul style="list-style-type: none"> 1. Муниципальное телевидение 2. Проблемы современности и повестка дня СМИ |
| 3 | ОПК-2 | <ul style="list-style-type: none"> 1. Медиаэкономика 2. Современный медиатекст 3. Рекламная коммуникация как социокультурный феномен | <ul style="list-style-type: none"> 1. Проблемы современности и повестка дня СМИ 2. Деонтология журналистики 3. Межкультурная коммуникация |
| 4 | ОПК-8 | <ul style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговое мышление и медиaprостранство 2. Сетевые media | <ul style="list-style-type: none"> 1. Профессионально-творческая практика |

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ОПК-1: Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или)

медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

ОПК-2: Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-8: Способен использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности для: изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации и пр.

В результате изучения дисциплины студент должен:

- **Знать** теоретические основы понятия «медиасистема», особенности ее развития в современном российском историческом контексте; основные виды современных коммуникативных стратегий медиасистемы.
- **Уметь** различать виды современных коммуникативных стратегий, при создании информационных материалов использовать наиболее эффективный инструментарий; выявлять манипулятивные технологии как в практике традиционных медиа, так и в социальных медиа; анализировать эффективность различных видов стратегий медиасистемы.
- **Владеть**: представлениями о вызовах и проблемах, носящих глобальный характер, понимать и оценивать роль журналистики в многополярном мире.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

| Вид учебной работы | Всего часов | Модули | | | |
|---------------------------------------|-----------------|---------|----|-----|----|
| | | I | II | III | IV |
| Аудиторные занятия (всего) | | | | | |
| В том числе: | | | | | |
| Лекции | | | | 18 | |
| Семинары (С) | | | | 18 | |
| Самостоятельная работа (всего) | | | | 28 | |
| Контроль | | | | 8 | |
| Общая трудоемкость | час зач. ед. | 72 2 | | | |

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|-------|---|---|
| 1. | Российские средства массовой информации: исторический экскурс. Базовые понятия: медиа, информация, масс-медиа, коммуникация. | Базовые понятия курса: медиа, информация, масс-медиа, коммуникация. Определения, функции, современные особенности. Зарубежные и российские СМИ в историческом контексте. Смена информационной модели. Изменение роли и функций журналиста и аудитории. |
| 2. | Функциональные | Системный подход к изучению средств |

| | | |
|----|---|--|
| | особенности традиционных и электронных СМИ. | массовой информации. Этапы развития и функционирования в современной России традиционных, электронных и конвергентных СМИ, их характерные черты. Модели развития медиахолдингов. Государственное и рыночное регулирование СМИ: взаимосвязь понятий. Роль информационных агентств. Организация Издательских домов. Создание Информационно-издательских компаний. Медиахолдинги. Информационно-промышленные концерны. Маркетинговые технологии СМИ. Контент. |
| 3. | Возможности радиожурналистики в 21 веке. | Техническая база современных радиостанций. Продвижение радиального продукта. Радиальное информационное спонсорство. Подкастинг - проблемы и перспективы. Обзор профессиональных и любительских аудиоредакторов. Знакомство с программой Audacity, получение практических навыков создания конечного аудиоматериала. |
| 4. | Значение фотографии в современной журналистике. | Эволюция фотографии. Роль и использование фото в современном мире. Пленочная и цифровая фотография. Правила создания качественной фотографии. Обзор графических редакторов, процесс редактирования. Знакомство с программой Gimp. Программа Soundslides Plus. Создание слайд-шоу. |
| 5. | Мощь и значимость | Стандарты разложения. Частота кадров. |

| | | |
|----|---|--|
| | видео в журналистике. | Соотношение сторон экрана. Качество видео. Стереоскопическое видео. Видео форматы (аналоговые и цифровые). Как сделать качественное видео. Принципы видеосъемки. Знакомство с программой Windows Movie Maker. Редактирование видеоматериала и создание видеоролика для сети internet. |
| 6. | Взаимосвязь журналистики и веб-дизайна. | История и этапы сетевой эволюции. Веб-технологии. Перспективы развития веба. Визуализация. Айтрекинг. Анализ сайтов разных поколений. Облачные технологии в журналистике. Технологии дополненной реальности. QR-код и его тенденции развития, QR coder. Инфографика - коммуникация будущего? Создание инфографики. |
| 7. | Трансформация СМИ: новые медиа, конвергенция СМИ. | Новые медиа. Новые способы передачи информации, новые виды контента и его трансляции. Преимущества социальных медиа перед традиционными. Площадки социальных медиа. Роль твиттера для журналистики. Этические вопросы социальных медиа. Платформа Blogger. Youtube, Faceboke, «ВКонтакте» - друзья или враги журналиста? Язык блогосферы. Конвергенция СМИ. Мультизадачность. Общество и представители СМИ. Психология интернет-пользователей. |

5.2 Разделы дисциплин и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Лекц. | Семинары | СРС | Рубежная Итоговая | Всего час. |
|-------|---|-------|----------|-----|-------------------|------------|
| 1. | Российские средства массовой информации: исторический экскурс. Базовые понятия: медиа, информация, масс-медиа, коммуникация. | 3 | 2 | 4 | 1 | 10 |
| 2. | Функциональные особенности традиционных и электронных СМИ. | 3 | 3 | 4 | 1 | 11 |
| 3. | Возможности радиожурналистики в 21 веке. | 2 | 3 | 4 | 2 | 11 |
| 4. | Значение фотографии в современной журналистике. | 2 | 2 | 4 | 1 | 9 |
| 5. | Мощь и значимость видео в журналистике. | 4 | 4 | 4 | 1 | 13 |
| 6. | Взаимосвязь журналистики и веб-дизайна. | 2 | 2 | 4 | 1 | 9 |
| 7. | Трансформация СМИ: новые медиа, | 2 | 2 | 4 | 1 | 9 |

| | | | | | |
|-------------------|--|--|--|--|--|
| конвергенция СМИ. | | | | | |
|-------------------|--|--|--|--|--|

6. Лабораторный практикум не предусмотрен

7. Практические занятия (семинары)

| № п/п | № раздела дисциплины | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (час.) |
|-------|----------------------|--|---------------------|
| 1. | 1 | СМИ: исторические аспекты. СМИ в системе массовой коммуникации. | 2 |
| 2. | 2 | Модели СМИ в эпоху СССР и современной России. Информационные агентства. Медиахолдинги. | 2 |
| 3. | 3 | Работа в программе Audacity, производство аудио-ролика. | 2 |
| 4. | 4 | Создание слайд-шоу. | 2 |
| 5. | 5 | Съемка видеоматериала для репортажа. Работа в программе Windows Movie Maker. | 2 |
| 6. | 6 | Веб - дизайн. Визуальная коммуникация. Создание инфографики. | 2 |
| 7. | 7 | Возможности социальных медиа (Blogger, Faceboke, You Tube, Twitter, ВКонтакте). | 2 |

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитория или индивидуальное помещение с мультимедийными средствами, оснащенное ПК с возможностями выхода в Интернет.

9. Информационное обеспечение дисциплины

| N п/п | Основные сведения об электронно-библиотечной системе <*> | Краткая характеристика |
|-------|---|--|
| 1. | Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет | 1. Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web 2. Университетская библиотека онлайн http://www.biblioclub.ru 3. Национальный цифровой ресурс "РУКОНТ" http://rucont.ru 4. Консультант студента www.studentlibrary.ru |

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

Основная литература:

1. Савастенко, Роман Андреевич. Современные медиасистемы [Текст/электронный ресурс]: Учебно-методический комплекс. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2013. - 97 с. - ISBN 978-5-209-05025-4 : 170.85.

Дополнительная литература:

Андрунас Е.Ч. Информационная элита: корпорации и рынок новостей. М., 1991.

1. Анохин, М.Г. Политика: возможности современных технологий / М.Г Анохин, В.С Комаровский. - М.:Изд-во РАГС, 1998.
2. Багдикян Б. Монополия средств информации. М.: Прогресс, 1988.
3. Блауберг И.В. Целостность и системность. – В кн. Системные исследования. М., 1977 г.
4. Быков А. Ю. Современная зарубежная журналистика: Конспект лекций. Учебное пособие. – Екатеринбург, 2003. – 118 с.
5. Вартанова Е.Л. Финская модель на рубеже столетий. Гл. 1, 2. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999.
6. Вороненкова Г. Ф. СМИ Германии // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2005. – № 5. – С. 27–34

7. Вороненкова Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества (Национальное своеобразие средств массовой информации Германии). М.: Языки русской культуры, 1999.
8. Голованова Г. А. Газетная пресса США // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2005. – № 5.– С. 7-13
9. Гуревич С. М. Газета: Вчера, сегодня, завтра: Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. –288 с.
10. Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ: Учебное пособие для вузов.– М.: Аспект Пресс, 2004.–288 с.
11. Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М.: Престиж, 2006.
12. Евстафьев В.А. Журналистика и реклама: основы взаимодействия. Опыт теоретического исследования. М.: ИМА-пресс, 2001.
13. Землянова Л. М. О процессах интернетизации медиа и медиатизации Интернета // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2005. – № 5.– С. 57-71
14. Кийт М. Радиостанция. М.: Мир, 2001.
15. Кирия И.В. Телевидение и Интернет Франции на пути к информационному обществу. М., 2006.
16. Кочеткова А. В. Медиапланирование. – М.: РИП-холдинг, 2003.
17. Лотман, Ю.М. Текст и структура аудитории / Ю.М. Лотман.- Труды по знаковым системам (Тарту). – 1977. - Вып. 9.
18. Назайкин А. Н. Рекламная деятельность газет и журналов: Практическое пособие.– М.: РИП-холдинг, 2002.– 205 с.
19. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2000.

20. Прайс М. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000.
21. Система средств массовой информации России. Уч. пособие для вузов / Под ред. Я.Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2002.
22. Тертычный, А.А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход / А.А. Тертычный. - М.: ГЕНДАЛЬФ, 1998.
23. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М., 1980.
24. Щедровицкий, Г.П. «Смысл и значение». Избранные труды / Г.П. Щедровицкий / Ред.-сост.: Пископель А.А., Щедровицкий Л.П.. - М.: Школа культурной политики, 1995.

11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины:

Преподавание дисциплины сочетает в себе классическую форму университетских лекций с активным участием студентов, а также активное обучение в телекоммуникационной учебно-информационной системе. На базе этой платформы студенты выполняют задания теоретического и практического характера. Имеют неограниченный доступ к уникальному проработанному адаптированному материалу. В качестве самостоятельной работы студентам предлагается подготовить творческие задания, составить конспекты по рекомендуемым источникам литературы. Выполняя учебные задания, студенты должны проявить себя как специалисты в работе с информацией, полученными данными, их обработкой и адаптацией для слушателей. Презентации и другие проекты магистров должны полностью отображать авторский замысел, раскрывать поднятую автором или группой авторов тему, выявлять уровень знаний изучаемой дисциплины.

12. Материалы для оценки уровня освоения учебного материала (фонд оценочных средств), разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН/ФГОС ВО.

Разработчик:

доцент кафедры
массовых коммуникаций



Р.А. Савастенко

Руководитель программы

доцент кафедры массовых коммуникаций



Е.Ю. Бурдовская

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций

профессор кафедры массовых коммуникаций
В.В. Барабаш



*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Филологический факультет

Рекомендовано МССН

Кафедра массовых коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:

Медиаэкономика

Рекомендуется для направления подготовки:

42.04.02

Организация информационного производства

1.Цели и задачи дисциплины: Курс «Медиаэкономика» предназначен для магистров, обучающихся по направлению «Организация информационного производства». Целью курса является изучение основных понятий по курсу «Медиаэкономика», а также характеристика сущности экономических процессов с целью управления экономикой медиапредприятия, управления финансовыми потоками, генерируемыми предприятием, как процессами взаимодействия с рекламодателями, так и собственно продвижением имиджа медиабизнеса, и приобретение студентами базовых знаний в этой области.

Цель курса – сформировать ясное представление о том, что медиаэкономика изучает особенности медиарынка и журналистской информации как товара; предпосылки основания СМИ и проблемы собственности на медиарынке; индустрия СМИ в системе рыночных отношений; причины зарождения и особенности функционирования медиамаркетинга/медиаменеджмента и их место в медийной экономике; движущие силы медиаэкономики; процесс функционирования СМИ в медийном пространстве, их концентрация и финансовое управление; бизнес-моделирование СМИ; медиаизмерения, медиопланирование и медиамаркетинговые модели эффективных СМИ; медиаэкономика как средство построения сбалансированного бизнеса-портфеля компании; государственная политика в медиаэкономике; проблемы медиаэкономики на растущих и зрелых рынках.

Главная задача курса - подготовить высокопрофессиональные кадры журналистов в области медиаэкономики, уметь управлять медиаэкономикой предприятия, понимать особенности функционирования субъектов медиарынка и собственно журналистской информации, выступающей в качестве товара.

Задачи курса:

- дать необходимое представление о методах сбора и обработки оперативной информации, навыками оперативной работы в медиапространстве;
- анализировать факторы внутренней среды медиапредприятия;
- формировать стратегические бизнес единицы и стратегические зоны медиа бизнеса;
- управлять жизненным циклом медиапродукта;
- применять на практике законы построения эффективных коммуникаций для использования для создания медийного брэнда;
- представлять мини-проекты по медиаэкономике для подготовки к самостоятельной творческой работе в современных условиях.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

| № п/п | Шифр и наименование компетенции | Предшествующие дисциплины | Последующие дисциплины (группы дисциплин) |
|----------------------------------|---------------------------------|---------------------------|---|
| Универсальные компетенции | | | |
| 1 | УК-2 | - | Современные медиасистемы Вариативная компонента Маркетинговое мышление и медиапространство Введение в организацию информационного производства Менеджмент в СМИ |
| 2 | УК-3 | - | Маркетинговое мышление и медиапространство Менеджмент в СМИ Методология и методика медиаисследований Межкультурная коммуникация Психология управления |
| Общепрофессиональные компетенции | | | |
| 3 | ОПК-2 | - | Современные медиасистемы Современный медиатекст Вариативная компонента Деонтология журналистики Межкультурная коммуникация |

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: ценностно-ориентирующие и социокультурные просветительские функции СМИ, понимать смысл социальных функций медиаэкономики, а также методы их реализации, быть способным к анализу и исследованию различных направлений деятельности и контента современных СМИ в социокультурном контексте, основные термины и определения понятий изучаемой дисциплины.

Уметь: использовать эти знания в профессиональной деятельности, эффективно реализовывать ценностно-ориентирующие, социокультурные и просветительские функции медиаэкономики в ежедневной журналистской практике; работать в конкурентном медиапространстве, анализировать факторы внешней среды медиапредприятия, проводить количественные и качественные исследования на медиарынке, применять законы конкуренции в медиаэкономике.

Владеть: методами сбора и обработки информации в медиапространстве, анализировать факторы внутренней среды медиапредприятия, принципами формирования стратегические бизнес единицы и стратегические зоны бизнеса, методами управления жизненным циклом

медиапродукта, законами построения эффективных коммуникаций и их использования для создания медийного бренда.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц.

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры | | | |
|---------------------------------------|-------------|-----------|--|--|--|
| | | 1 | | | |
| Аудиторные занятия (всего) | 27 | | | | |
| В том числе: | | | | | |
| Лекции | 9 | | | | |
| Практические занятия (семинары) | 18 | | | | |
| Самостоятельная работа (всего) | 35 | | | | |
| Аттестационные испытания | 10 | | | | |
| Общая трудоемкость | час | 72 | | | |
| | зач. ед. | 2 | | | |

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|-------|---|---|
| 1. | Основы медиаэкономики: ключевые термины и основные понятия. Бизнес планирование и медиапродукт. | Рынки растущие и зрелые: барьеры входа в медиабизнес. СМИ как субъект медиарынка. Журналистская информация как товар. Медиаэкономика: моделирование медиабизнеса в современной экономике. Диаграмма Исикавы. Роли и назначение бизнес-процессов в медиаэкономике. Классификация стратегий в медийном бизнесе. Понятия сегментация и позиционирование в медиаэкономике. Профили потребителей: ABC-анализ в медиабизнесе. Целевые сегменты рынка и прибыльность клиентов. XYZ-анализ как метод группировки ресурсов медиапредприятия. |
| 2. | Анализ факторов внутренней среды медиапредприятия. | Анализ факторов внутренней среды медиапредприятия. Количественные и качественные исследования на медиарынке. Стратегические бизнес единицы и стратегические зоны бизнеса. Матрица жизненного цикла – матрица BCG: доля рынка и темпы роста рынка. Управление жизненным циклом медиапродукта. Понятие конкуренции и матрица конкурентных сил в медиаэкономике. |
| 3. | Анализ факторов внешней среды медиапредприятия. | Анализ факторов внешней среды медиапредприятия. Рыночная власть поставщиков медиаконтента, потребителей медиапродукции, медиаинноваторов, заменителей медиаконтента. Карта бренда медиапредприятия - Brand Mapping. Стратегический и операционный маркетинг в медиаиндустрии. |
| 4. | Цена и ценообразование в медиаиндустрии, спрос | Доходы от ATL-, и BTL-рекламы. Управление рейтингами и рекламное ценообразование. Тиражная политика СМИ. Особенности брендинга в медиабизнесе. Управление |

| | |
|--|---|
| и объем производства. Реклама товаров и услуг СМИ. | трудовым коллективом как стратегической бизнес единицей: матрица Блейка-Моутона. Понятие миссии медиапредприятия. Служба медиаменеджмента. Модель управленческой компетентности руководителей. Моделирование и планирование работы редакционного коллектива. Устранение «точек разрыва» break-points на горизонте планирования работы стратегической бизнес единицы в медиабизнесе. Ключевые факторы успеха КФУ/КРІ в медийном бизнесе. |
|--|---|

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Лекц. | Сем. | СРС | Аттестация | Всего час. |
|-------|---|-------|------|-----|------------|------------|
| 1. | Основы медиаэкономики: ключевые термины и основные понятия. Бизнес планирование и медиапродукт. | 3 | 4,5 | 11 | | 18,5 |
| 2. | Анализ факторов внутренней среды медиапредприятия. | 2 | 4,5 | 8 | 2 | 16,5 |
| 3. | Анализ факторов внешней среды медиапредприятия. | 2 | 4,5 | 8 | | 14,5 |
| 4. | Цена и ценообразование в медиаиндустрии, спрос и объем производства. Реклама товаров и услуг СМИ. | 2 | 4,5 | 8 | 8 | 22,5 |

6. Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом

7. Практические занятия (семинары)

| № п/п | № раздела дисциплины | Тематика практических занятий (семинаров) |
|-------|--|--|
| 1. | Раздел 1. Современный функционал медиаменеджера. | Тема дискуссии: Медиаэкономика: бизнес планирование и медиапродукт В рамках дискуссии тема обсуждается в соответствии с перечнем аспектов темы. |
| 2. | Раздел 2. Индивидуальные стили принятия решений. Выработка собственного стиля. | Тема дискуссии: Как я буду принимать решения. В рамках дискуссии тема обсуждается в соответствии с перечнем аспектов темы. |

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

| № п/п | Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом | Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|-------|---|--|---|--|
| | | | | |

| | | | | |
|---|----------------|---|--|---|
| 1 | Медиаэкономика | Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.10, корп.2 Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: ауд.№ 541 | комплект мебели, моноблок Lenovo C560 - 20 шт., проектор Epson EB-955W, экран моторизованный, звуковые колонки | Windows установлен при покупке. Office ID 86626883 |
|---|----------------|---|--|---|

9. Информационное обеспечение дисциплины

Все материалы размещены в ТУИС.

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

| № п/п | Основные сведения об электронно-библиотечной системе <*> | Краткая характеристика |
|-------|---|--|
| 1. | Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет | 1. Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web 2. Университетская библиотека онлайн http://www.biblioclub.ru 3. Национальный цифровой ресурс "РУКОНТ" http://rucont.ru 4. Консультант студента www.studentlibrary.ru |

Основная литература:

Дополнительная рекомендуемая литература:

Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций. Москва: ЮРАЙТ, 2019 (в двух частях). 80 п.л. Рекомендован в качестве учебника для ВУЗов.

Muzikant V.L. Media Economy, RUDN Publ. 2013. Музыкант В.Л. Медиаэкономика. РУДН. 2013 (на англ. яз.)

Музыкант В.Л. Маркетинговые основы управления коммуникациями (АТЛ-, ВТЛ-реклама, интегрированные маркетинговые коммуникации, брэнддинг). Полный курс МВА. Москва: ЭКСМО, 2009. 40 п.л. Рекомендовано Министерством образования и науки РФ в качестве учебного пособия по специальностям 350700 –Реклама, 061500 – Маркетинг.

Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Москва ИНФРА-М: 2012. 14 п.л. 220 с. Рекомендовано Министерством образования РФ в качестве учебного пособия по специальностям 032401 –Реклама, 080111 – Маркетинг и направлению Торговое дело - 100700.

Музыкант В.Л. Психология и социология в рекламе. Москва ИНФРА-М: 2012. 14 п.л. Рекомендовано Министерством образования РФ в качестве учебного пособия по специальностям 032401 –Реклама, 080111 – Маркетинг и направлению Торговое дело - 100700.

Музыкант В.Л. Реклама. Москва ИНФРА-М: 2011. 13 п.л. Рекомендовано Министерством образования РФ в качестве учебного пособия по специальностям 032401 –Реклама, 080111 – Маркетинг.

Дополнительная литература на иностранных языках и интернет ресурсы:

Advanced Brand Management. From vision to Valuation. Singapore: John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd., 2002.

King.S. Has Marketing Failed or Was It Never Really Tried? Journal of Marketing Management. In 1989. V.1. Number 1.

M. McDonald Strategic Marketing Planning. N.Y.: Kogan Page - Matlock Literary Agency, 1996.

Clancy J. Kevin, Kreig C. Peter. Counter-Intuitive Marketing. N.Y.: The Free Press, 2000.

David A. Aaker. Managing Brand Equity. Capitalizing on the Value of a Brand name. The Free Press, 1991.

Kapferer J.N. Strategic Brand Management / Creating and Sustaining Brand Equity Long Term. L.: Kogan Page, 1998.

Ellwood I. The Essential Brand Book over 100 Techniques to Increase Brand Value. L.: Kogan Page, 2000.

Chernatony D., McDonald M. Creating Powerful Brands in Consumer Service and Industrial Markets. L.: Butterworth-Heinemann, Oxford, 1998.

Murphy J. Brand Valuation. L.: Business Book, 1991.

Ries Al and Ries Laura. The 22 Immutable Laws of Branding. N.Y.: Harper-Collins, 1998.

Ogilvy D. Confession of an Advertising Man. N.Y.: Atheneum, 1963.

Rogers E. Diffusion of Innovations. N.Y.: Free Press, 1962.

Grunig J., Hurt T. Managing Public Relations. London: Holt, Rinehart & Winston, 1984.

D'Alessandro. Brand Warfare. 10 Rules For Building the Killer Brand. Lesson for New and Old Economy Players. L.: McGraw-Hill, 2001.

Ries A., Trout J. Positioning: The Battle for Your Mind. N.Y.: McGraw-Hill, 1981.

Ogilvy D. «How to write a potent copy» (1963) in Popular writing in America. The interaction of style and Audience. N.Y. Oxford University Press., 1974.

Dunbar R. The Tripping Point. L.: Little, Brown & Co, 2000.

Rivers W., Chrisrians G., Schramm W. Responsibility in Mass Communication. In 1980. # 4.

Theaker A. The Public Relations Handbook. London, Routledge, 2001.

Orth R.H. Prestigious Persons and Key Communications. Military Propaganda. Psychological Warfare and Operations. N.Y., 1982.

Hattwick M. How to use Psychology for Better Advertising. New Jersey, 1956.

Davis S.M. Brand Asset Management. Driving Profitable Growth Through Your Brands. San-Francisco: Jossy-Bass, 2000.

Advanced Brand Management. From vision to Valuation. Singapore.: John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd., 2002.

King.S. Has Marketing Failed or Was It Never Really Tried? Journal of Marketing Management. 1989. V.1. №1.

McDonald M. Strategic Marketing Planning. N.Y.: Kogan Page - Matlock Literary Agency, 1996.

Clancy J. Kevin, Kreig C. Peter. Counter-Intuitive Marketing. N.Y.: The Free Press, 2000.

David A. Aaker. Managing Brand Equity. Capitalizing on the Value of a Brand name. The Free Press, 1991

Kapferer J.N. Strategic Brand Management/ Creating and Sustaining Brand Equity Long Term. L.: Kogan Page, 1998.

Ellwood I. The Essential Brand Book over 100 Techniques to Increase Brand Value. L.:Kogan Page, 2000;

Chernatony D., McDonald M. Creating Powerful Brands in Consumer Service and Industrial Markets. L.:Butterworth-Heinemann, Oxford, 1998.

Murphy J. Brand Valuation. L.:Business Book, 1991.

Ries Al and Ries Laura. The 22 Immutable Laws of Branding. N.Y.: Harper-Collins, 1998.

Ogilvy D. Confession of an Advertising Man. N.Y.: Atheneum, 1963.

Rogers E. Diffusion of Innovations. N.Y.: Free Press, 1962.

Grunig J., Hurt T. Managing Public Relations. London: Holt, Rinehart &Winston, 1984.

D'Alessandro. Brand Warfare. 10 Rules For Building the Killer Brand. Lesson for New and Old Economy Players. L.: McGraw-Hill, 2001.

Ries A., Trout J. Positioning: The Battle for Your Mind. N.Y.: McGraw-Hill, 1981.

Ogilvy D. «How to write a potent copy» (1963) in Popular writing in America. The interaction of style and Audience. N.Y. Oxford University Press., 1974.

Dunbar R. The Tripping Point. L.: Little, Brown & Co, 2000.

Rivers W., Chrisrians G., Schramm W. Responsibility in Mass Communication. 1980. № 4.

Theaker A.The Public Relations Handbook. London, Routledge, 2001.

Orth R.H. Prestigious Persons and Key Communications. Military Propaganda. Psychological Warfare and Operations. N.Y., 1982.

Hattwick M. How to use Psychology for Better Advertising. New Jersey, 1956.

Davis S.M. Brand Asset Management. Driving Profitable Growth Through Your Brands. San-Francisco: Jossy-Bass, 2000.

<https://www.raso.ru/>

<http://www.akarussia.ru/>

<http://www.akarussia.ru/download/rre17.pdf>

<http://www.akarussia.ru/download/rre15.pdf>

11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины:

Преподавание дисциплины сочетает в себе классическую форму университетских лекций с активным участием студентов, а также активное обучение в телекоммуникационной учебно-информационной системе. На базе этой платформы студенты выполняют задания теоретического и практического характера. Имеют неограниченный доступ к уникальному проработанному адаптированному материалу. По завершении курса рекомендуется подготовить презентацию по медиаэкономике предприятия, просмотреть и обсудить ее внутри группы. В качестве самостоятельной работы студентам предлагается написать эссе, составить конспекты по рекомендуемым источникам литературы. Выполняя учебные задания, студенты должны проявить себя, как специалисты в работе с информацией, полученными данными, их обработкой и адаптацией для слушателей. Презентации и другие проекты магистров должны полностью

отображать авторский замысел, раскрывать поднятую автором или группой авторов тему, выявлять уровень знаний изучаемой дисциплины.

Презентационные материалы базируются на ключевых матрицах маркетинг-менеджмента и представляют собой мини-проект по курсу «Медиаэкономика» с четким обозначением цели, объекта и предмета исследования, выводами по слайдам и общими выводами.

Эссе представляет собой выполненные студентами обзорные работы по ключевым трудам современных специалистов по медийной экономике.

Конспекты лекций базируются на учебниках и учебных пособиях:

Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций. Москва: ЮРАЙТ, 2019 (в двух частях). 80 п.л. Рекомендован в качестве учебника для ВУЗов.

Muzikant V.L. Media Economy, RUDN Publ. 2013. Музыкант В.Л. Медиаэкономика. РУДН. 2013 (на англ. яз.)

Музыкант В.Л. Маркетинговые основы управления коммуникациями (ATL-, BTL-реклама, интегрированные маркетинговые коммуникации, брэндинг). Полный курс МВА. Москва: ЭКСМО, 2009. 40 п.л. Рекомендовано Министерством образования и науки РФ в качестве учебного пособия по специальностям 350700 –Реклама, 061500 – Маркетинг.

12. Материалы для оценки уровня освоения учебного материала (фонд оценочных средств), разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик:

Профессор кафедры массовых коммуникаций

В.Л. Музыкант

Руководитель программы

профессор кафедры массовых коммуникаций

А.А. Грабельников

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций
профессор кафедры массовых коммуникаций

В.В. Барабаш

Программа утверждена на заседании кафедры массовых коммуникаций протокол № 9 от 29.04.2021 г.

Программа одобрена на заседании Ученого Совета филологического факультета протокол № 13 от 15.06.2021 г.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины **«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ МАССОВОЙ
КОММУНИКАЦИИ»**

Рекомендуется для направления подготовки **42.04.02 Журналистика**

Направленность программы **Организация информационного производства**

2021/2022

1. Цели и задачи дисциплины повышение эффективности журналистской и научно-теоретической работы в области изучения современных теорий массовой коммуникации (зарубежных и отечественных), анализа деятельности различных СМК на основе изучения истории и теории функционирования систем СМК в различных типах социального устройства;

– приобретение студентами навыков и приемов, принципов и методов научно-теоретической, исследовательской работы в области изучения теории современных проблем средств массовой коммуникации;

– овладение студентами систематическими знаниями по основным теоретическим и практическим проблемам СМК, особенно телевидения, печатной и экранной Интернет-фотографии, методологией и методикой работы журналиста как организатора производства и распространения тележурналистских, рекламных и PR-текстов, включая фототексты, а также научно-исследовательской работы в области изучения СМК.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО: Дисциплина *«Современные теории массовой коммуникации»* относится к *базовой* части блока *1* учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

| № п/п | Шифр и наименование компетенции | Предшествующие дисциплины | Последующие дисциплины (группы дисциплин) |
|----------------------------------|---|---------------------------|---|
| Общепрофессиональные компетенции | | | |
| | ОПК 1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем | | Философские основы науки и современного журнализма. |

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
ОПК 1 (указываются в соответствии с ОС ВО РУДН/ФГОС ВО)

Профессиональные компетенции

ОПК 1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать не публиковавшиеся и малоизвестные труды таких русских философов, как А.Хомяков, П.Чаадаев, В.Соловьев, Н.Федоров, Н.Бердяев, П.Сорокин, П.Флоренский,

выдающихся мыслителей XX в. – В.Вернадского, М.Бахтина, Ю.Лотмана, М.Мамардашвили, Д.Лихачева. Знать основные концепции, положения и выводы европейских и американских исследователей массовой коммуникации – Г. Лебона, Г. Тарда, Т. Адорно, М. Хоркхаймера, Д. Гербнера, В. Шрамма, К. Шеннона, Н. Винера, Г. Лассауэлла, А. Моля, Ю. Хабермаса, Н. Лумана, М. Кастельса и др.

Уметь применять основные положения теории массовой коммуникации в анализе текстов печатной и электронной массовой коммуникации, в собственной журналистской практике

Владеть понятийным аппаратом теории массовой коммуникации, навыками социологического анализа МК, применения системным принципов анализа печатной и электронной коммуникации.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 ак. часа 2 зачетные единицы.

| Вид учебной работы | Всего часов | Модуль | | | |
|---------------------------------------|-----------------|------------|----|--|--|
| | | 1 | | | |
| Аудиторные занятия (всего) | 18 | | | | |
| В том числе: | | | | | |
| Лекции | 9 | 9 | | | |
| Практические занятия (ПЗ) | 9 | 9 | | | |
| Самостоятельная работа (всего) | 54 | 54 | | | |
| Общая трудоемкость | час зач. ед. | 72 ч. 2 | 72 | | |

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела (темы) |
|-------|--|--|
| 1 | Раздел 1. Исторические предпосылки и методологические основания исследования МК. | Тема 1.1. Предмет и задачи курса. Тема 1.2. Теории средств массовой коммуникации Тема 1.3. Становление отечественной теории массовой коммуникации. Тема 1.4. Интегративная природа коммуникологии |
| 2 | Раздел 2. Массовая коммуникация как система | Тема 2.1. Структурные элементы системы МК. Тема 2.2. Массы как объект и субъект коммуникации. Тема 2.3. Возникновение учений о массах и психологии масс. Тема 2.4. Проблема объективности в передаче фактов и сообщений. Тема 2.5. Основные элементы социокультурного цикла по А.Молю. |
| 3 | Раздел 3. Концепция информационного общества и сущностная новизна информации | Тема 3.1. Понятие информации. Классификация информации. Тема 3.2. Коммуникация как социальное действие. Тема 3.3. Коммуникативное действие и его эффективность. |

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Лекц. | Практ. зан. | Контроль | Семина | СРС | Всего час. |
|--------|--|-------|-------------|----------|--------|-----|------------|
| 1. | Модуль 1. Исторические предпосылки и методологические основания исследования МК. | 6 | | 2 | 6 | 8 | 22 |
| 2. | Модуль 2. Массовая коммуникация как система | 6 | | 3 | 6 | 10 | 25 |
| 3. | Модуль 3. Новое как социальная информация и коммуникативное действие | 6 | | 3 | 6 | 10 | 25 |
| ИТОГО: | | 18 | | 8 | 18 | 28 | 72 |

6. Лабораторный практикум не предусмотрен.

7. Практические занятия (семинары).

| № п/п | № раздела дисциплины | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (час.) |
|--------|----------------------|---|---------------------|
| 1. | 1 | Тема 1.2. Теории средств массовой коммуникации | 3 |
| 2. | 1 | Тема 1.3. Становление отечественной теории массовой коммуникации. | 3 |
| 3. | 2 | Тема 2.4. Проблема объективности в передаче фактов и сообщений | 3 |
| 4. | 2 | Тема 2.5. Основные элементы социокультурного цикла | 3 |
| 5. | 3 | Тема 3.2. Коммуникация как социальное действие. | 3 |
| 6. | 3 | Тема 3.3 Коммуникативное действие и его эффективность | 3 |
| ИТОГО: | | | 18 |

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

(описывается материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)).

| № п/п | Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом | Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|-------|---|---|--|--|
| 1. | Современные теории массовой коммуникации | Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.10, корп.2 Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: ауд.№ 528 | комплект мебели, моноблок Lenovo C560 - 20 шт., проектор Epson EB-955W, экран моторизованный | Windows установлен при покупке. Office ID 86626883 |

Для проведения занятий используется аудитория, имеющая следующее оборудование: аудиторная доска (с магнитной поверхностью и набором приспособлений для крепления демонстрационных материалов); экран; мультимедийный проектор; ноутбук. Конспект лекций – в наличии у каждого слушателя.

9. Информационное обеспечение дисциплины

а) программное обеспечение: MS Office
б) сайты, базы данных, открытые ресурсы и т.д., информационно-справочные и поисковые системы: Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>; Университетская библиотека онлайн <http://www.biblioclub.ru>; Национальный цифровой ресурс "РУКОНТ" <http://rucont.ru>; Консультант студента www.studentlibrary.ru; Научная электронная библиотека www.cyberleninka.ru

Словари:

<http://evartist.narod.ru/text8/33.htm> - Олешко В.Ф. Журналистика как творчество. СЛОВАРЬ - http://www.eunnet.net/metod_materials/jdictionary/?xsl=article.xslt&id=a153 - Журналистика: краткий словарь Лозовский Б. Н.
<http://www.evartist.narod.ru/text1/18.htm> - Словарь терминов к книге Князева «Основы тележурналистики и телерепортажа»
<http://kgu-journalist.ucoz.ru/load/1-1-0-2> Справочник для журналистов стран Центральной и Восточной Европы (сост. Малькольм Ф. Мэллет)
<http://kgu-journalist.ucoz.ru/load/1-1-0-38> - Терминологический словарь телевидения. Егоров В

Учебники

1. Телевизионная журналистика (Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А.Я. Юровский) <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>
2. "Основы тележурналистики и телерепортажа" А. Князев <http://biblioteka.teatr-obraz.ru/node/4557>
3. Актуальные проблемы телевизионного творчества: На телевизионных подмостках. Автор: Варганов А.С. <http://kgu-journalist.ucoz.ru/load/1-1-0-5>
4. Десять заповедей журналистики. Автор: Фихтелиус Э. http://kgu-journalist.ucoz.ru/load/desjat_zapovedej_zhurnalistiki_avtor_fikhtelius_eh/1-1-0-126
5. Диалог: телевизионное общение в кадре и за кадром. С. А. Муратов <http://kgu-journalist.ucoz.ru/load/1-1-0-34>
6. Журналист в поисках информации. Сборник материалов для работников СМИ и будущих журналистов <http://kgu-journalist.ucoz.ru/load/1-1-0-74>
7. Каминский. А. Съёмка: Советы начинающим телевизионщикам <http://kgu-journalist.ucoz.ru/load/1-1-0-93>
8. Монтаж. Автор: Майкл Рабигер <http://kgu-journalist.ucoz.ru/load/1-1-0-4>
9. Теленовости: секреты журналистского мастерства. И.Фэнг <http://kgu-journalist.ucoz.ru/load/1-1-0-33>

Книги

Егоров В.В. Телевидение: Страницы истории. М.: Аспект Пресс, 2004 г. <http://www.evartist.narod.ru/text3/58.htm>
История мировой журналистики. Учебное пособие Москва – Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2003. Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П., Лучинский Ю.В., Станько А.И. <http://evartist.narod.ru/text8/49.htm>
Кузнецов И.В. История отечественной журналистики (1917–2000). М.: Флинта: Наука, 2002 г. <http://evartist.narod.ru/text8/01.htm>
Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (учебное пособие) Под редакцией Я.Н. Засурского. М., Изд-во МГУ, 1999 <http://www.evartist.narod.ru/text/51.htm>
С.А. Белановский. Индивидуальное глубокое интервью <http://evartist.narod.ru/text2/48.htm>
Варганова Е.Л. Северная модель в конце столетия. Печать, ТВ и радио стран северной Европы между государственным и рыночным регулированием. Изд-во МГУ, 1997 г. <http://www.evartist.narod.ru/text19/019.htm>

Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2003.

<http://evartist.narod.ru/text11/42.htm>

Васильева Л. А. ДЕЛАЕМ НОВОСТИ! Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2003.
<http://evartist.narod.ru/text5/23.htm>

Гринберг П., Вагнер Д., Маркоф Ш. Творческий телевизионный менеджмент (Учебно-методическое пособие) <http://www.evartist.narod.ru/text19/017.htm>

Журналистское расследование. История метода и современная практика (под общ. ред. А.Д. Константинова) Агентство журналистских расследований (АЖУР); СПб.: «Издательский Дом "Нева"»; М.: «ОЛМА-ПРЕСС» 2003 <http://evartist.narod.ru/text14/53.htm>

Муратов С.А. «Пристрастная камера». Учебное пособие для студентов вузов. (Серия «Телевизионный мастер-класс») М.: Аспект Пресс, 2004.
<http://www.evartist.narod.ru/text3/50.htm>

Муратов С.А. «Телевизионное общение в кадре и за кадром». Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика». М.: Аспект Пресс, 2003. <http://evartist.narod.ru/text7/13.htm>

Муратов С.А. «ТВ – эволюция нетерпимости». Год издания: 2000.
<http://www.evartist.narod.ru/text16/092.htm>

Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. Серия «Практическая журналистика». М.: Изд-во. «РИП-холдинг», 2003.
<http://evartist.narod.ru/text5/68.htm>

Литвинцев А.Э. Тенденции развития российского телевидения в условиях противостояния и взаимодействия мировых моделей вещания (на примере канала «Культура»). Диссертация. Москва, 2006. <http://www.evartist.narod.ru/text16/021.htm>

Телевизионная журналистика. Учебник. 4-е издание. Редакционная коллегия. Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А.Я. Юровский. Издательство московского университета «Высшая школа», 2002. <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>

Типология жанров современной экранной продукции. Учебное пособие. Москва, 1997. Рецензент Р.А. Борецкий О.Н. Вакурова, Л. Московкин
<http://evartist.narod.ru/text3/08.htm>

Шостак М.И. «Репортёр: профессионализм и этика». (из серии Практическая Журналистика) М.: Изд. РИП-холдинг, 2001. <http://www.evartist.narod.ru/text/08.htm>

Устинова З.К. Моя профессия – репортер. СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 2004. <http://evartist.narod.ru/text9/26.htm>

Егоров В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии. Издательство: Ин-т повыш. квалификации работников телевидения и радиовещания ФСТР. 1997. <http://evartist.narod.ru/text2/09.htm>

Маршалл Маклюэн. Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры. Серия «Сдвиг парадигмы». Издательство "Ника-Центр", 2001.
http://yanko.lib.ru/books/cultur/mcluhan=galaktika_gutenbergga=ann.htm
<http://www.publiciti.ru/technology/azbuka-televideniya-knigi-doc>

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

(указывается наличие печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов)

Основная литература:

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М.2010.

Березин В.М. «Массовая коммуникации: сущность, каналы, действия». М., 2004.

Березин В.М. Тексты вводных лекций. М.1997..

Борев В., Коваленко А. Культура и массовая коммуникация. М.1982.

Буданцев Ю.П. Системность в изучении массовых информационных процессов. М.1986.

- Гегелова Н.С. Культурная миссия телевидения. М., 2011.
- Грабельников А.А., Волкова И.И., Гегелова Н.С. Организация информационного производства на телевидении – М.РУДН, 2008.
- Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. М. 2001.
- Грабельников А.А., Гегелова Н.С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики. Тверь. 2019. 334 с.
- Основы теории коммуникации. Под ред. Василика. М. 2003.
- Почепцов Г. Теория и практика коммуникации. М. 1998.
- Землянова Л.М. Гуманитарная миссия современной глобализирующейся коммуникации. М. 2010.

Дополнительная литература.

- Андроников И.Л. Слово, написанное и сказанное; Окно в мир // Соч. в 2-х тт. Т.2 – М., 1975.
- Багиров Э.Г. Очерки теории телевидения. М., 1987.
- Багиров Э.Г. Телевидение как процесс. Телевизионный коммуникатор. М. 1978.
- Багиров Э.Г., Борецкий Р.А., Юровский А.Я. Основы телевизионной журналистики. – М., 2002.
- Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М. 1973.
- Беляев И.К. Спектакль без документов: Откровения телевидения - М., 2005.
- Беляев И.К. Спектакль без актера. М., 1998.
- Бирюков Н.С. Буржуазное телевидение и его доктрины. – М., 1977.
- Борецкий Р.А. В Бермудском треугольнике ТВ. М., 1998.
- Борецкий Р.А. Телевидение на перепутье. М., 1998.
- Борецкий Р.А. Осторожно, телевидение! М., 2002.
- Вачнадзе Г.Н. Всемирное телевидение. Тбилиси. 1989.
- Вертов Д. Статьи. Дневники. Замыслы. М., 1966.
- Вильчек В.М. Под знаком ТВ. М., 1987.
- Глейзер М.С. Радио и телевидение в СССР. – М., 1989.
- Голдовская М.Е. Человек крупным планом. М., 1981.
- Голдовская М.Е. Творчество и техника. М., 1986.
- Голдовская М.Е. Женщина с киноаппаратом. М., 1987.
- Голядкин Н.А. ТВ информация в США. М., 1994.
- Егоров В.В. Телевидение: теория и практика. М., 1993.
- Егоров В.В. Очерки по истории российского телевидения – М., 1999.
- Дробашенко С.В. Пространство экранного документа. М., 1986.
- Егоров В.В. Телевидение между прошлым и будущим. – М., 1999.
- Кузнецов Г.В. Журналист на экране. М., 1985.
- Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. М., 2000.
- Кузнецов Г.В. Журналист ТВ: критерии профессионализма.
- Лазарсфельд, П. Мертон Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие. М. 2000.
- Лосев А.Ф. Философия, мифология, культурв. М. 1991
- Лотман В. Семиосфера. 2000.
- Лотман Ю. Семиотика культуры и понятие текста. М. 1991г
- Муратов С.А. Эволюция ТВ – нетерпимости. М., 1978.
- Муратов С.А. Диалог. – М., 1983.
- Муратов С.А. Телевизионное общение: в кадре и за кадром. М., 2003.
- Муратов С.А. Встречная исповедь. М., 1988.
- Ножин Е.А. Мастерство устного выступления. М. 1989.
- Золоторевский Л.А. Цитаты из жизни. М., 1971.

- Искусство разговаривать и получать информацию. М., 1993.
Оганов Г.С. ТВ по-американски. Пудовкин В. Кинорежиссер и киноматериал // Собр. соч. в 3-х тт. Т.1. М., 1974.
Саппак В.В. Телевидение и мы. М., 2007.
Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика. М., 2004.
Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. Спб. 2000.
Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. Спб. 1997
Хелемендик В.С. Союз пера, микрофона и телекамеры. – М., 1977.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

Творческая продуктивность студента-магистра определяется не только по посещаемости занятий, но, в основном, по активности участия студента в обсуждении поднимаемых тем. Основные группы баллов в оценке написанной контрольной работы на темы лекций, или в подготовке презентации.

Темы эссе предлагаются студентам на лекционных и семинарских занятиях.

Требования к набранным на компьютере творческим работам: полуторный интервал, кегль – 14, шрифт – Times New Roman, цитирование и сноски - в соответствии с принятыми стандартами, тщательная вычитка текста на предмет выявления орфографических и пунктуационных ошибок, опечаток и стилистических ошибок.

Недопустимо включать в свою работу выдержки из работ других авторов без указания на это, пересказывать чужую работу близко к тексту без отсылки к ней, использовать чужие идеи без указания первоисточника. Это касается и источников, найденных в интернете. Необходимо указывать полный адрес сайта. Все случаи плагиата должны быть исключены.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик

профессор кафедры массовых коммуникаций

Н.С.Гегелова

Руководитель программы

профессор кафедры массовых коммуникаций

А.А.Грабельников

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций,

профессор

В.В.Барабаш

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

филологический факультет

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

42.04.02.

Журналистика

специализация «Организация информационного производства»

магистр

1. Общие положения

1.1. Ответственность и порядок действий по подготовке и проведению государственных итоговых испытаний в РУДН, а также перечень, очередность, сроки прохождения документов, необходимых для осуществления государственной итоговой аттестации, между структурными подразделениями определяет Порядок проведения итоговой государственной аттестации обучающихся.

1.2. Государственная итоговая аттестация (ГИА) относится к базовой (обязательной) части основной образовательной программы по направлению 42.04.02 «Журналистика»: Блок 3 учебного плана «Государственная итоговая аттестация». В соответствии с ОС ВО РУДН в блок Государственная итоговая аттестация» входят:

- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;
- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы в виде распечатанного брошюрованного экземпляра выпускной квалификационной работы.

Результаты любого из видов аттестационных испытаний, включенных в государственную итоговую аттестацию, определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

1.3. Программа государственной итоговой аттестации составлена на основании ОС ВО РУДН по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика» и учебного плана по направлению

1.4. Государственная итоговая аттестация осуществляется государственными экзаменационными комиссиями с целью определения соответствия результатов освоения обучающимися программы магистратуры требованиям федерального государственного образовательного стандарта. Составы государственных экзаменационных комиссий утверждаются приказом ректора РУДН.

1.5. К государственной итоговой аттестации допускаются обучающиеся, не имеющие академической задолженности и в полном объеме выполнившие учебный план основной образовательной программы по направлению 42.04.02 «Журналистика»

1.6. При условии успешного прохождения всех установленных видов итоговых аттестационных испытаний, входящих в итоговую государственную аттестацию, выпускнику присваивается соответствующая квалификация и выдается диплом государственного образца о высшем образовании

2. Цели и задачи государственной итоговой аттестации

2.1. *Целью* государственной итоговой аттестации является определение соответствия уровня качества подготовки выпускника высшего учебного заведения к выполнению профессиональных задач и соответствия его требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования ОС ВО РУДН и основной образовательной программы и степени овладения выпускниками необходимыми компетенциями

2.2. Задачами государственной итоговой аттестации являются:

- проверка качества обучения личности основным естественнонаучным законам и явлениям, необходимым в профессиональной деятельности;
- определение уровня теоретической и практической подготовленности выпускника к выполнению профессиональных задач в соответствии с получаемой квалификацией;
- установление степени стремления личности к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;
- проверка сформированности устойчивой мотивации к профессиональной деятельности в соответствии с предусмотренными ОС ВО РУДН/ФГОС ВО видами профессиональной деятельности;
- проверка способности находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность;
- обеспечение интеграции образования и научно-технической деятельности, повышение эффективности использования научно-технических достижений, реформирование научной сферы и стимулирование инновационной деятельности;
- обеспечение качества подготовки в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН/ФГОС ВО.

3. Программа государственного экзамена.

3.1. Государственная итоговая аттестация включает в себя тестовую часть, устный государственный экзамен и защиту выпускной квалификационной работы в виде магистерской диссертации.

Программа проведения государственной итоговой аттестации доводится до сведения студентов не позднее, чем за полгода до начала государственной итоговой аттестации.

3.2. Государственный экзамен позволяет выявить теоретическую и практическую подготовку к решению профессиональных задач на основе государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускника по данному направлению.

Выпускник магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика» должен обладать следующими **универсальными компетенциями (УК):**

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.

УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.

УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;

проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.

Выпускник магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика» должен обладать следующими **общепрофессиональными компетенциями (ОПК):**

ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;

ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;

ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.

ОПК-8. Способен использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности для: изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации и пр.

Выпускник магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика», программа «Организация информационного производства», в соответствии видами деятельности, должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК-1. Способен создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных

стандартов. Выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности.

ПК-2. Способен осуществлять организационные, координационные, контролируемые обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов.

ПК-3 Готовность создавать журналистские авторские материалы, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, знании технологии их создания и существующих профессиональных стандартов.

ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс.

ПК-5 Готовность выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты.

3.3. Объем государственного экзамена:

Государственный экзамен проводится в форме компьютерного тестирования (первый этап) в письменной и устной форме по билетам (второй этап при условии успешного прохождения первого этапа государственного экзамена; успешное прохождение первого этапа государственного экзамена имеет место, если студент ответил правильно при компьютерном тестировании более, чем на 50% вопросов.

1. В компьютерное тестирование входит 100 вопросов.

3. Экзаменационный билет состоит из двух вопросов, всего в комплекте 25 (51 вопрос) билетов. Билет включает два вопроса подготовленные выпускающими кафедрами: массовых коммуникаций и Теории и истории журналистики. Один вопрос в билете(на выбор студента) является письменной частью и излагается на бумаге, второй вопрос(на выбор) студент отвечает устно.

Итоговая государственная аттестация является завершающим этапом обучения по основной образовательной программе по направлению 42.04.02 «Журналистика».

3.3. Содержание государственного экзамена:

ВОПРОСЫ К УСТНОЙ И ПИСЬМЕННОЙ ЧАСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

1. Сформулируйте и раскройте содержание понятий: Личность. Человек. Индивид.
2. Группа и коллектив: содержание и дифференциация понятий.
3. Строуксы как элемент психологического воздействия в контексте управления.
4. Классификации личности по типу темперамента.
5. Социально-психологическая структура группы.
6. Конструктивный и деструктивный конфликты.
7. Классификация личности по ведущей репрезентативной системе.
8. Роли в коллективе и ролевые конфликты.

9. Принципы формирования малых групп в коллективе.
10. Формальный и неформальный лидер: специфика приобретения статуса и роль в коллективе.
11. Субъекты организации и управления СКК.
12. Цели и задачи развития предприятия СМИ.
13. Диалогизация отношений СМИ и аудитории.
14. Типология современных информационных агентств.
15. Проблемы взаимодействия Новых медиа и традиционные средства массовой информации.
16. Авторское право и защита интеллектуальной собственности.
17. Государственная тайна и доступ к информации.
18. Клиентоориентация в медиабизнесе: противоречия и проблемы.
19. Особенности работы журналиста в коммерческом издании.
20. Маркетинговый подход в управлении государственной телекомпанией.
21. Специфика менеджмента медиаконпании.
22. «Теория X» и «теория Y» в управлении журналистским коллективом.
23. Журналистская деятельность с точки зрения маркетинга услуг.
24. Актуальные маркетинговые приёмы в издательской деятельности Ивана Сытина.
25. Эффективное управление медийным активом (на примере Кэтрин Грэм).
26. Значение теории Честера Барнарда для современного медиабизнеса.
27. Концепция бюрократии Макса Вебера в контексте управления медиаконпанией.
28. Законодательное регулирование рекламной деятельности.
29. Права и обязанности журналиста.
30. Правовое регулирование Интернет-СМИ.
31. Основные положения и понятия Закона РФ о СМИ.
32. Правовое регулирование деятельности СМИ в период предвыборной агитации.
33. Защита чести, достоинства и деловой репутации.
34. Система законодательства РФ в области СМИ.
35. Особенности газетно-публицистического стиля и их основания.
36. Понятие смысла, проблемы понимания и причины разнообразия интерпретаций.
37. Нормы литературного языка, основные проблемы культуры речи и причины её изменения. Типология ошибок в речи журналистов.
38. Взаимосвязь языка и культуры и её проявление в языке: основные лингвокультурологические единицы.
39. Виды неавторского слова в тексте и логоэпистемы, понятие интертекстуальности.
40. Образные ресурсы русской речи и их применение в текстах СМИ: тропы, синтаксические фигуры, иносказание, ирония, языковая игра и т.д.
41. Речевая агрессия в СМИ и виды её языковой реализации.
42. Взаимосвязь журналистики и веб-дизайна.
43. Трансформация СМИ: новые медиа, конвергенция СМИ.
44. Значение фотографии в современной журналистике.
45. Мощь и значимость видео в журналистике.
46. Возможности радиожурналистики в 21 веке.

47. Функциональные особенности традиционных и электронных СМИ.
48. Основные компьютерные программы по медиапланированию и их ведущие характеристики.
49. Медиаметрия и возможности её применения.
50. Программные средства подготовки новостных выпусков на радио и телевидении: сравнительный обзор.
51. Основные принципы контент-анализа.

4. Методические рекомендации к подготовке и сдаче итогового государственного экзамена:

4.1. а) основная учебная литература

1. Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. М., РУДН. 2001
2. Волкова И.И.(коллектив авторов). Универсальная журналистика: опыт проектного обучения: учебное пособие под ред Л.П. Шестеркиной. Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2018. - 164 с.
3. Кинфу ЗенебеТафессе. Политическая регионалистика и современная журналистика /International Regionalism & International Journalism. Москва : РУДН, 2018. – 121 с.
4. Петрова С.А. Детская онлайн-журналистика. Москва : РУДН, 2018.
5. Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики : в 2 ч.Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для академического бакалавриата. М. : Издательство Юрайт, 2019. — 337 с.

Рекомендуемая литература:

1. Авраамов, Д.С. Профессиональная этика журналиста / Д.С. Авраамов. - М.: Изд. МГУ, 2003. - 264 с. 2. Алексеев, К.А. Спортивная журналистика: Учебник для магистров / К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко. - М.: Юрайт, 2013. - 427 с. 3. Алексеев, К.А. Спортивная журналистика: Учебник для магистров / К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 427 с. 4. Амзин, А. Новостная интернет-журналистика: Учебное пособие для студентов вузов / А. Амзин. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 143 с. 5. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. теория и практика.: Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е.А. Баранова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 269 с. 6. Березин, В.М. Фотожурналистика: Учебник / В.М. Березин. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 226 с. 7. Богуславская, В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов: Монография / В.В. Богуславская. - М.: ЛКИ, 2013. - 280 с. 8. Богуславская, В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция: Анализ журналистских текстов / В.В. Богуславская. - М.: Изд. ЛКИ, 2013. - 280 с. 9. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика" / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с. 10. Быков, А.Ю. История Зарубежной Журналистики: Учебник Для Бакалавров / А.Ю. Быков, Е.С. Георгиева, С.А. Михайлов. - Люберцы: Юрайт, 2015. - 366 с. 11. Быков, А.Ю. История

зарубежной журналистики: Учебник для бакалавров / А.Ю. Быков, Е.С. Георгиева, С.А. Михайлов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 366 с.

в) дополнительные электронные ресурсы

<http://www.elibrary.ru/item.asp>

<http://www.textfighter.org/library>

<http://www.wiwiw.info>

<http://www.journalism.narod.ru>

<http://www.subscribe.ru/catalog/lit.book.library.journalism>

<http://www.journ.msu.ru/>

г) программное обеспечение:

1. Офисные программы Microsoft Office 2019: Word, Excel, PowerPoint, Outlook.

2. Интернет-браузеры (Firefox, Opera, Google Chrome, Internet Explorer, Яндекс Браузер).

5. Оценочные средства.

1. Компьютерное тестирование – 100 вопросов, 50% и более правильных вариантов ответов на вопросы, является допуском к следующему этапу итогового испытания.

2. 25(51 вопрос) билетов на устной и письменной части экзамена, включают два вопроса подготовленные выпускающей кафедрой.

Ответ на каждый вопрос в билете оценивается в 50 баллов.

| Раскрытие темы 10 баллов | Использование фактического материала 10 баллов | Логика и композиция ответа 10 баллов | Оригинальность и самостоятельность раскрытия темы 10 баллов | Манера изложения материала 10 баллов | Итог Всего 50 баллов |
|-------------------------------------|---|---|--|---|---------------------------------|
|-------------------------------------|---|---|--|---|---------------------------------|

Критерии оценки ответа на вопрос.

ИТОГО 100 баллов.

Оценка «5» (отлично) ставится, если:

- полно раскрыто содержание материала экзаменационного билета;
- материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности;
- продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала;
- точно используется терминология;
- показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;
- продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;
- ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;
- продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;
- продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы;

- допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию.

Оценка «4» (хорошо) ставится, если:

- вопросы экзаменационного материала излагаются систематизированно и последовательно;
- продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;
- продемонстрировано усвоение основной литературы.
- ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков:

в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа;
допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора;

допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора.

Оценка «3» (удовлетворительно) ставится, если:

- неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;

- усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам;

- имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;

- при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации;

- продемонстрировано усвоение основной литературы.

Оценка «2» (неудовлетворительно) ставится, если:

- не раскрыто основное содержание учебного материала;

- обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;

- допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов.

- не сформированы компетенции, умения и навыки.

6. Требования к выпускной квалификационной работе

6.1. К защите ВКР допускается обучающийся, сдавший государственный экзамен. Защита ВКР проводится на открытом заседании государственной экзаменационной комиссии (ГЭК).

Государственная итоговая аттестация проводится в виде устного представления ВКР, с последующими устными ответами на вопросы членов ГЭК в соответствии с Положением университета о ВКР. Доклад и/или ответы на вопросы членов ГЭК могут быть на иностранном языке.

6.2. В рамках проведения защиты выпускной квалификационной работы проверяется степень освоения выпускниками следующих компетенций:

Выпускник магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика» должен обладать следующими **универсальными компетенциями (УК):**

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных

ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.

УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.

УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;

проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.

Выпускник магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика» должен обладать следующими **общепрофессиональными компетенциями (ОПК):**

ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;

ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;

ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.

ОПК-8. Способен использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности для: изучения и моделирования объектов

профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации и пр.

Выпускник магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика», программа «Организация информационного производства», в соответствии видами деятельности, должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК-1. Способен создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов. Выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности.

ПК-2. Способен осуществлять организационные, координационные, контролируемые обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов.

ПК-3 Готовность создавать журналистские авторские материалы, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, знании технологии их создания и существующих профессиональных стандартов.

ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс.

ПК-5 Готовность выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты.

6.3. Перечень тем выпускной квалификационной работы:

1. Еженедельный журнал «Le Temps» в Республике Чад: перспективная модель развития издания.
2. Практика внештатного сотрудничества в качественных СМИ.
3. Специфика профессиональной деятельности журналистов Шведского Королевства и Российской Федерации.
4. Особенности авторской музыкальной программы как жанра радиожурналистики.
5. Становление, современное состояние и перспективы развития армянского общественного телевидения.
6. Мультимедийный проект Five2ten.beauty: становление и перспективы развития.
7. Travel-журналистика в контексте межкультурной коммуникации.
8. Специфика оригинальных отечественных игровых телеформатов.
9. Феномен микроблога как социальная сила в КНР.
10. Коммуникационный менеджмент как инструмент создания имиджа политического лидера на телевидении (на примере прямой линии с В. Путиным и дебатов Х.Клинтон – Д. Трамп).
11. Вирусный контент как особенность продвижения продукции в интернете.
12. Пропаганда футбола в Кот-д'Ивуар.
13. Детское радио как способ самостоятельного образования и культурного воспитания ребенка.

14. Становление телевизионной журналистики в эпоху «оттепели»: уроки истории.
15. Особенности становления и развития научно-популярных тем видеоконтента в сети интернет.
16. Videоблогинг как средство формирования имиджа лидера мнений и его популяризации в глобальной сети.
17. Особенности творческой работы журналиста при создании телевизионного путевого очерка.
18. Тенденции развития детской ТВ-журналистики.
19. Тенденции развития жанра видеорепортажа в современных русскоязычных медиа.
20. Стереотипные символы современных российских электронных МЕДИА.
21. Государственная информационная молодежная политика: создание медиапроектов с целью развития культурно-адаптивной функции у подростков.
22. Опыт Ambient media в оптимизации рекламных коммуникаций: анализ кейсов (2010-2017).
23. Специфика технической работы при создании документальных фильмов.
24. Развлекательные телепрограммы в КНР: современное состояние и перспективное развитие.
25. Прямой эфир в интернете: возможности и ограничения.
26. Индийское телевидение и проблема федерализма: оптимизация взаимодействия.
27. Сравнительный анализ детской online журналистики России и стран Азии (Япония, Китай).

6.4. Задача, которую обучающийся должен решить в процессе выполнения выпускной квалификационной работы:

организационная:

выполнение организационно-управленческих функций в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов;

6.5. Этапы выполнения выпускной квалификационной работы, условия допуска обучающегося к процедуре защиты, требования к структуре, объему, содержанию и оформлению, а также перечень обязательных и рекомендуемых документов, представляемых к защите:

1. Выбор темы (заявление на имя заведующего кафедрой/директора учебного департамента о закреплении темы работы).
2. Назначение заведующим кафедрой учебного департамента руководителя ВКР.
3. Составление плана и задания по ВКР (совместно с руководителем ВКР)
4. Утверждение заведующим кафедрой учебного департамента задания.
5. Изучение теоретических аспектов темы работы.
6. Сбор, анализ и обобщение эмпирических данных, исследование аспектов деятельности конкретного объекта (предприятия/организации), связанных с проблематикой ВКР.
7. Разработка предложений и рекомендаций, формулирование выводов.
8. Оформление ВКР.
9. Написание аннотаций к работе.

10. Представление работы на проверку руководителю ВКР.
11. Проверка работы на предмет заимствования в системе «Антиплагиат. РУДН»
12. Представление работы на рецензирование.
13. Размещение ВКР в электронно-библиотечной системе РУДН.
14. Сдача ВКР на кафедру с 1 отзывом и 1 рецензией в установленный срок.

Оформление выпускной работы

Настоящие Правила разработаны, в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 29.12.2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», приказом Минобрнауки Российской Федерации от 19.12.2013 г. №1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры», приказом Минобрнауки Российской Федерации от 29.06.15 г. №636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры», приказом Ректора от 13.10.2016 №790 «Об утверждении Порядка проведения итоговой государственной аттестации обучающихся по программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в Российском университете дружбы народов» и Уставом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов» (в дальнейшем - РУДН).

1.1. Выпускная квалификационная работа (в дальнейшем - ВКР) магистра является заключительным этапом проведения государственных итоговых испытаний, т.е. проводится после проведения государственного экзамена.

1.2. *Целью подготовки ВКР является систематизация и углубление теоретических и практических знаний, полученных в рамках учебного плана, закрепление навыков самостоятельной исследовательской работы. Работа должна свидетельствовать о степени готовности выпускника к практической деятельности.*

1.3. ВКР должна отвечать следующим требованиям:

- Наличие в работе всех структурных элементов исследования: теоретической, аналитической и практической составляющих

Наличие обоснованной авторской позиции, раскрывающей видение сущности проблемы автором.

- Использование в аналитической части исследования обоснованного комплекса методов и методик, способствующих раскрытию сути проблемы.
- Целостность работы, которая проявляется в связанности теоретической и экспериментальной его частей (для исследований, содержащих экспериментальную часть).
- Перспективность исследования: наличие в работе материала (идей, данных и пр.), который может стать источником дальнейших исследований (для уровня специалиста /магистра).
- Достаточность и современность использованного библиографического материала и иных источников.

В процессе подготовки и защиты ВКР выпускник должен

продемонстрировать:

- знания, полученные им как по учебным дисциплинам, учитывающим как направленность образовательной программы, так и по направлению подготовки/специальности в целом;
- умение работать со специальной и методической литературой, включая литературу на иностранном языке, нормативной документацией, статистической информацией;
- навыки ведения исследовательской работы;
- умение самостоятельного обобщения результатов исследования и формулирования выводов;
- владение компьютером и специальным программным обеспечением как инструментом обработки информации;
- умение логически строить текст, формулировать выводы и предложения.

Автор выпускной квалификационной работы несет *полную ответственность* за самостоятельность и достоверность проведенного исследования. Все использованные в работе материалы и положения из опубликованной научной и учебной литературы, других информационных источников обязательно должны иметь на них ссылки.

Структура и содержание ВКР

Работа должна включать:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основную часть, состоящую, как правило, не менее чем из трех разделов (теоретического, обзорного по заявленной проблематике; аналитического, организационно-экономического по рассматриваемой проблеме; практического, с рассмотрением реальной практики, опыта функционирования объекта исследования);
 - заключение, включающее выводы и предложения (рекомендации);
 - список используемых источников;
 - приложения (при необходимости).

1.3.1. *Основными требованиями к работе являются:*

- четкость и логическая последовательность изложения материала;
- краткость и точность формулировок, исключающая возможность неоднозначного их толкования;
- конкретность изложения полученных результатов, их анализа и теоретических положений;
- обоснованность выводов, рекомендаций и предложений.

1.3.2. Содержание ВКР должно соответствовать названию темы.

1.3.3. Работа считается выполненной в полном объеме в том случае, если в ней отражены все проблемы и вопросы, предусмотренные заданием на выполнение ВКР.

6.2. Содержание

6.2.1. Содержание включает введение, наименование всех разделов, подразделов, пунктов (если они имеют наименование), заключение, список использованных источников и наименование приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы ВКР. Как правило, в содержании выделяют три раздела (главы), которые разбиваются на подразделы (параграфы). По согласованию с руководителем ВКР, возможна и другая структура ВКР.

6.3. Введение

6.3.1. Во введении должна содержаться краткая оценка современного состояния рассматриваемой проблемы, обосновываться актуальность выбранной темы, цель и задачи работы, объект и предмет исследования, теоретико-методологические основы работы. Для ВКР магистра, кроме того, должна отражаться ее новизна, связь с другими ранее проводившимися исследованиями, значимость полученных результатов.

6.4. Первый раздел основной части работы

6.4.1. Первый раздел ВКР, являющийся ее теоретической частью, должен содержать полное и систематизированное изложение состояния вопроса по теме работы.

6.4.2. Сведения, содержащиеся в этом разделе, должны давать полное представление о состоянии и степени изученности поставленной проблемы. Данный раздел ВКР, по существу, должен представлять собой обзор и анализ имеющихся литературных источников по исследуемой проблеме, позволяющий найти пути решения поставленных задач и выявить умение автора обобщить и критически рассмотреть существующие теоретические воззрения.

6.4.3. Написание первого раздела работы проводится на базе предварительно подобранных литературных источников, в которых освещаются вопросы, в той или иной степени раскрывающие тему ВКР. Подбор необходимой научной литературы проводится с использованием библиотечных каталогов, реферативных журналов, научных журналов по соответствующему направлению, а также монографий, учебников, справочников, нормативной документации, патентной литературы, других публикаций, электронных ресурсов. Проводится ознакомление, как с русской, так и с зарубежной литературой, опубликованной на разных языках.

6.4.4. Изучение литературных источников важно проводить в определенном порядке, переходя от простого материала к сложному, от работ общего характера, к работам по более узкой проблематике и затем - к узкоспециализированным публикациям.

6.4.5. Вначале следует ознакомиться с общетеоретической литературой (учебники, статьи в теоретических журналах), а затем с работами прикладного плана.

6.4.6. Таким образом, сбор материала эффективнее начинать с книг и обзоров, а затем знакомиться со статьями и первоисточниками.

6.4.7. Поиск требуемых литературных источников проводят в библиотеках и поисковых системах в обратнхронологическом порядке, т. е. вначале выявляют необходимые источники среди материалов, опубликованных в последние годы, а затем переходят к поиску более ранних публикаций (как правило, за последние 5-10 лет).

6.4.8. Особое внимание следует обратить на законодательную, нормативную и специальную документацию, посвященную вопросам, связанным с предметом и объектом исследования.

6.4.9. По возможности следует изучить рассматриваемую проблему не только по печатным источникам, но и по неопубликованным и рукописным материалам информационных центров, организаций, институтов, архивов.

6.4.10. Автор должен ознакомиться с содержанием основных работ по избранной теме. При этом следует составить список вопросов, являющихся основой содержания намеченной темы, разделив их примерно на такие группы:

- вопросы, получившие общее признание;

- недостаточно разработанные дискуссионные вопросы, требующие изучения;
- неразработанные вопросы, появившиеся в порядке постановки или вытекающие из ранее проведенных исследований.

6.4.11. Важное место в работе над литературными источниками должно занимать изучение *истории* вопроса. Знакомство с работами исследователей, ранее изучавшими данную проблему, помогает избежать дублирования ранее выполненных работ и повторения уже раскритикованных ошибок, позволяет определить место предполагаемого исследования в общем ходе изучения проблемы, облегчает использование опыта предшественников, дает возможность проследить за общими тенденциями развития вопроса и на этой базе строить свой прогноз.

6.4.12. История вопроса обычно излагается за теоретическими основами рассматриваемой проблемы, т.к. исследователь, приступая к изучению истории вопроса, должен в определенной мере владеть теоретическими знаниями, что также ориентирует его в направлении отбора того или иного материала.

6.4.13. Излагая содержание работ других авторов, следует показать их вклад в изучение проблемы.

6.4.14. При подборке и анализе материалов необходимо отказаться от тенденциозности подборки: в равной мере должны указываться данные, подтверждающие и отрицающие выбранную автором теоретическую концепцию, согласующиеся и не согласующиеся с его представлениями и полученными экспериментальными данными.

6.4.15. Работа над первоисточниками состоит в основном из двух этапов:

1) предварительного просмотра материала, когда выделяется основное содержание работы в целом и ее главные мысли. Это позволяет оценить важность данной работы и обосновать необходимость более деятельной ее проработки;

2) изучения материала с критическим анализом.

6.4.16. При работе с научными книгами (монографиями, сборниками трудов и т. д.) необходимо ознакомиться с их содержанием по оглавлению, просмотреть книги, прочитать аннотацию, введение, заключение. В том случае если имеющиеся в книге материалы представляют интерес, следует провести детальное изучение данной работы.

6.4.17. При работе с первоисточниками и монографиями целесообразно придерживаться перечисленных ниже правил работы с научной литературой:

- отделить в материале основное от второстепенных деталей;
- разобраться в незнакомой терминологии, понятиях и определениях;
- записать возникающие при чтении вопросы;
- прочитать главу книги или статью, составить для себя конкретные вопросы типа: «В чём главная мысль работы?», «Каковы аргументы в подтверждение этой мысли?», «Что можно возразить автору?», «Какие выводы вытекают из работы?».

6.4.18. Завершающим этапом этого раздела ВКР должны стать анализ современного состояния вопроса, выявление круга неразрешенных пока задач, что весьма важно для определения актуальности и перспективы дальнейшего изучения проблемы.

6.4.19. Объем теоретической части, состоящий, из нескольких подразделов (параграфов), должен составлять, как правило, 20-30% от всего

объема ВКР. Иллюстрации, графический и табличный материал могут быть приведены в этом разделе работы только в случае крайней необходимости, если приведенные в них материалы не могут быть сформулированы словами в виде закономерностей и зависимостей.

6.4.20. Раздел заканчивается обоснованием необходимости проведения аналитической части работы по уточненному фокусу.

6.4.21. Раздел должен иметь название, отражающее существо изложенного в нем материала. Не допускается выносить в качестве названия этого раздела заголовки типа «Теоретическая часть», «Обзор литературы» и т. д., не раскрывающие содержания приведенного в разделе материала.

6.4.22. Раздел может состоять из ряда подразделов, имеющих свои подзаголовки.

6.5. Второй раздел основной части работы

6.5.1. Во втором разделе ВКР анализируются особенности объекта исследования, а также практические аспекты проблем, рассмотренных в первом разделе ВКР.

6.5.2. Анализ должен проводиться на основе конкретных данных, полученных автором ВКР, а также на материалах, собранных им при прохождении практики.

6.5.3. Для получения конкретных данных и решения поставленных вопросов при подготовке данного раздела работы:

- изучается конкретный аспект деятельности объекта (организации);
- исследуются причины и следствия, связанных с этим аспектом проблем;
- выявляются основные тенденции развития объекта (организации) в установленных условиях;
- определяются возможные способы повышения эффективности функционирования объекта (организации).

6.5.4. Если тема ВКР предусматривает выполнение экспериментальных исследований, прямо или косвенно связанных с изучением статистических данных, расчетных показателей и т.п., результаты исследования должны быть представлены с соблюдением следующих основных положений:

1. Основной формой представления является таблица. Представление экспериментальных зависимостей в виде графиков или формул не должно заменять их представление в виде таблиц. Однако дублирование одних и тех же данных в виде табличного и графического материала не допускается.
2. Таблице должна предшествовать текстовая часть, содержащая описание проведенного анализа.
3. Численные данные и физические константы (нормативные показатели), взятые из других источников, должны быть ясно обозначены, источники их указаны.
4. В работе должна содержаться критическая оценка экспериментально полученных данных на основании сопоставления их с результатами других исследований. Необходимо указывать на особенности проведенного анализа, которые могли быть причиной получения результатов, отличающихся от нормативов или общепринятой практики.
5. В списке использованных источников должны быть указаны источники, из которых были отобраны исходные данные, способы получения этих данных, использованные методики анализа, проводимых оценок, др., а также иные приводимые сведения.

Третий раздел основной части работы

В третьей части работы освещаются практические вопросы по исследуемой проблематике, которые должны быть органично связаны с предыдущими разделами.

В третьем разделе ВКР должны быть использованы статистические и другие данные, обработанные и обобщенные автором.

Общий объем раздела должен составлять, как правило, 20-40% от всего объема ВКР.

В этом разделе, также, как и в других главах работы, должны быть представлены таблицы, графики, схемы, диаграммы и другой иллюстративный материал.

Заключение

Заключение - важнейшая неотъемлемая структурная часть ВКР, в которой подводится итог проведенных исследований.

В заключении должно содержаться краткое изложение основных результатов работы и их оценка, сделаны выводы по проделанной работе, даны предложения по использованию полученных результатов, включая их внедрение, а также следует указать, чем завершилась работа.

Если по завершению работы получены отрицательные результаты, то это тоже отражается в заключении с указанием путей и целей дальнейшей работы в исследуемом направлении или обоснованием нецелесообразности дальнейшего продолжения исследований.

Заключение может состоять только из выводов и рекомендаций (предложений).

Выводы должны быть по всей работе, написанными по пунктам в последовательности, соответствующей порядку выполнения практической части, а также краткими, четкими, не перегруженными цифровым материалом.

Выводы общего порядка, не вытекающие из результатов и содержания ВКР, не допускаются. После изложения выводов, отражающих существо работы и ее основные результаты, формируются конкретные предложения или рекомендации; предложения должны быть конкретными и адресными.

Предложения (рекомендации) излагаются по пунктам либо в общем разделе заключения «Выводы и рекомендации (предложения)», либо в самостоятельном подразделе «Предложения (рекомендации)».

Общий объем раздела «Заключение» («Выводы и рекомендации») - до 5 страниц.

Список использованных источников

Список использованных источников, включающий литературу, отчеты, интернет-ресурсы, материалы, собранные в период прохождения практики, указывается в конце ВКР (перед приложениями) и составляется в алфавитном порядке.

Сведения о книгах (монографии, учебники, справочники и т.п.) должны включать: фамилию и инициалы автора (авторов), название книги, город, издательство, год издания, количество страниц. При наличии трех и более авторов допускается указывать фамилию и инициалы только первого из них и слова «и др.». Наименование места издания необходимо приводить полностью в именительном падеже, допускается сокращение названия только двух городов - Москва (М) и Санкт-Петербург (СПб).

Сведения о статье из периодического издания должны включать: фамилию и инициалы автора, заглавие статьи, наименование издания (журнала), наименование серии, год выпуска, том, номер издания

(журнала), страницы, на которых помещена статья.

Сведения об отчете о НИР должны включать: заглавие отчета (после заглавия в скобках приводят слово «отчет»), его шифр, инвентарный номер, наименование организации, выпустившей отчет, фамилию и инициалы руководителя НИР, город и год выпуска, количество страниц отчета.

Сведения о стандарте должны включать: обозначение и наименование стандарта.

Приложения

Приложения к ВКР оформляются как ее продолжение на последующих страницах или в виде отдельной части.

6.9.2. В приложения помещают необходимый для отражения полноты исследования вспомогательный материал, который при включении в основную часть ВКР загромождал бы текст.

6.9.3. К вспомогательному материалу, включаемому в приложения, можно отнести:

- методики, математические доказательства, формулы и расчеты;
- таблицы вспомогательных цифровых данных;
- нормативные и финансовые документы по исследуемой проблематике;
- иллюстрации вспомогательного характера;
- акты о внедрении результатов исследований.

2. Требования к оформлению ВКР

2.1. Работа выполняется на листах формата А4, пронумерованных и сброшюрованных. Нумерация листов - сквозная, располагается внизу/вверху посередине листа. Все страницы ВКР обязательно должны быть пронумерованы. Номера страницы на титульном листе не ставятся. Нумерация страниц начинается со второго листа (содержания) и заканчивается последним. На втором листе ставится номер «2». Аннотация работы на русском и иностранном языках не нумеруется.

2.2. Каждый раздел работы (введение, главы, заключение) следует начинать с новой страницы, а подразделы («параграфы») располагать друг за другом вплотную и отделять двумя свободными строками.

2.3. Заголовки структурных элементов основной части следует располагать в середине строки без точки в конце и печатать прописными буквами. Если заголовки содержат несколько предложений, их разделяют точками. Название каждой новой части и параграфа в тексте работы следует выделять жирным шрифтом.

2.4. Нумерация глав ВКР - сквозная, нумерация параграфов сквозная в пределах главы ВКР.

2.5. Работа должна быть выполнена на компьютере через 1,5 интервала шрифтом Times New Roman, размер шрифта - 14 пт.

2.6. Поля: верхнее и нижнее - 20 мм, левое - 30 мм, правое - 15 мм.

2.7. Статистические данные, приводимые в работе, должны быть оформлены в виде таблиц, графиков, диаграмм.

2.8. При использовании цитат и статистических данных, приводимых по тексту, по окончании цитаты в скобках указывается порядковый номер источника согласно списку литературы и через точку номер страницы, например, [3, с. 10], или делается подстрочная ссылка.

2.9. Объем ВКР, не считая приложений должен составлять, как правило:

- **ВКР магистра- 80 -100 стр.**

3. Отзыв руководителя ВКР

3.1. После завершения подготовки обучающимся ВКР руководитель ВКР представляет на выпускающую кафедру письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки ВКР (далее - отзыв) не позднее чем за 10 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы. В случае выполнения ВКР несколькими обучающимися руководитель ВКР представляет отзыв об их совместной работе в период подготовки ВКР.

3.2. Отзыв должен содержать:

- актуальность темы;
- степень реализации поставленной в работе цели;
- степень самостоятельности при написании ВКР, уровень теоретической подготовки автора, его знание основных концепций и научной литературы по избранной теме;
- использованные методы и приемы анализа;
- обоснованность выводов;
- грамотность изложения материала;
- наличие и качество иллюстративного материала;
- качество оформления.

3.3. Особое внимание обращается на имеющиеся в работе и отмеченные ранее недостатки, не устраненные выпускником. Руководитель ВКР обосновывает возможность или нецелесообразность представления ВКР к защите. При этом руководитель не выставляет оценку работе, а только дает ей качественную характеристику и рекомендует или не рекомендует к защите. Таким образом, содержание отзыва есть обоснованное мнение руководителя ВКР о качестве ВКР.

3.4. При успешном прохождении процедуры предзащиты ВКР на выпускающей кафедре/учебном департаменте заведующий кафедрой/директор учебного департамента решает вопрос о допуске студента к защите, делая об этом соответствующую запись на титульном листе ВКР. В случае если заведующий кафедрой/директор учебного департамента не считает возможным допустить выпускника к защите ВКР, этот вопрос рассматривается на заседании кафедры/ учебного департамента и представляется на утверждение декану факультета/директору учебного института.

4. Проверка работы в системе «Антиплагиат. РУДН»

4.1. Проверка ВКР обучающихся в системе «Антиплагиат. РУДН» является обязательной.

4.2. Руководитель ВКР предупреждает обучающегося о проверке работы на наличие плагиата и допустимых пределах заимствований. Обнаружение неправомерных заимствований в тексте ВКР, не оформленных надлежащими ссылками на первоисточники, а также фальсификация результатов самопроверки, рассматривается как нарушение учебной дисциплины обучающимся, которое влечет представление объяснительной записки о причинах неправомерного присвоения авторства (плагиата) на имя декана факультета. По итогам рассмотрения объяснительной записки обучающийся может быть представлен к дисциплинарному взысканию. Основанием для взыскания является служебная записка декана факультета на имя проректора по учебной работе.

4.3. При предоставлении ВКР на кафедру, обучающийся заполняет заявление, в котором фиксируется информация о его ознакомлении с

фактом проверки указанной работы системой «Антиплагиат. РУДН», результатами экспертизы и возможных санкциях при обнаружении плагиата.

4.4. Обучающийся предоставляет руководителю ВКР, вместе с окончательным вариантом ВКР, ее электронную версию (возможные форматы: doc, rtf, txt) для проверки в системе «Антиплагиат. РУДН» не позднее, чем за 30 дней до намечаемой даты защиты.

4.5. В представляемых квалификационных работах объем правомерного заимствования предполагает использование в тексте наименований организаций, органов государственной власти и местного самоуправления; ссылок на нормативные правовые акты; текстов нормативно правовых актов; списков литературы; повторов, в том числе часто повторяющихся устойчивых выражений и терминов; цитирования текста, выдержек из документов для их анализа, а также самоцитирования и иные допустимые формы заимствования.

4.6. При автоматизированной (компьютерной) проверке ВКР в системе «Антиплагиат. РУДН» результат считается положительным, если степень оригинальности составила не менее чем в соответствии с таблицей(далее в тексте). При этом результат проверки в системе не является решающим и единственным критерием оценки качества подготовки ВКР, а студент допускается до защиты ВКР при любом результате проверки в системе.

Рецензирование ВКР

4.7. ВКР по программам магистратуры и специалитета подлежат рецензированию.

4.8. Для проведения рецензирования ВКР указанная работа направляется руководителем ВКР одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся работниками Университета либо организации, в которой выполнена ВКР. Рецензент проводит анализ ВКР и представляет на выпускающую кафедру письменную рецензию на указанную работу не позднее чем за 10 календарных дней до дня защиты ВКР.

4.9. Если выпускная квалификационная работа имеет междисциплинарный характер, она может быть направлена на рецензирование нескольким рецензентам.

4.10. Рецензия должна содержать:

- актуальность темы;
- основные проблемы, рассмотренные в ВКР;
- теоретическая и практическая значимость;
- развернутая характеристика каждого раздела работы с выделением положительных сторон и недостатков.

4.11. В заключении указывается, отвечает ли работа предъявляемым требованиям, какой оценки она заслуживает. Рецензия подписывается рецензентом с указанием его ученой степени, ученого звания, должности и места работы. Подпись рецензента, если он не является сотрудником РУДН, должна быть заверена руководителем кадровой службы по месту работы и печатью организации.

4.12. Заведующий выпускающей кафедры обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Размещение ВКР в электронно-библиотечной системе РУДН

4.13. Все ВКР обучающихся по основным образовательным программам высшего образования (программы бакалавриата, магистратуры и специалитета) всех форм обучения подлежат обязательному размещению в ЭБС РУДН с доступом через сеть Интернет.

4.14. Для авторизованного входа ответственных за размещение работ лиц в ЭБС РУДН используются учетные данные Office365.

4.15. Для размещения ВКР в ЭБС РУДН студент заполняет Заявление на размещение ВКР и передает его вместе с электронной версией ВКР в формате pdf на кафедру департамент ответственному за размещение не позднее, чем за 10 дней до защиты ВКР.

4.16. Размещённые ВКР в ЭБС РУДН находятся в открытом доступе для всех пользователей сети Интернет в течение 6 (шести) месяцев. По истечении шести месяцев доступ к работе прекращается.

4.17. Доступ лиц к текстам ВКР должен быть обеспечен в соответствии с законодательством Российской Федерации, с учетом изъятия по решению правообладателя производственных, технических, экономических, организационных и других сведений, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам.

5. Документы, предоставляемые автором ВКР на кафедру

5.1. Студент предоставляет на кафедру полностью оформленную ВКР не позднее чем за 3 календарных дня до защиты.

5.2. Порядок брошюровки работы:

- в работу вшиваются:

- 1) Титульный лист;
- 2) Аннотация;
- 3) Содержание;
- 4) Введение;
- 5) Основная часть;
- 6) Заключение;
- 7) Список используемых источников;
- 8) Приложения.

- в работу вкладываются:

- 1) Отзыв руководителя ВКР;
- 2) Рецензия;
- 3) Календарный план;
- 4) Отчет о проверке работы на наличие плагиата.
- 5) ВКР на электронном носителе.

Степень оригинальности в % при котором результат проверки интерпретируется как положительный

| № | Факультет/учебный институт/академия | Курсовая работа | Выпускная квалификационная работа магистра |
|---|-------------------------------------|-----------------|--|
| | Филологический факультет | 50 | 65 |

Порядок составления списка использованных источников

1. Нормативные правовые документы (указываются в порядке их значимости);
2. Книги, статьи, электронные ресурсы на русском языке (указываются в алфавитном порядке);
3. Книги, статьи, электронные ресурсы на иностранном языке (указываются в алфавитном порядке).

Пример оформления списка использованных источников

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 №51 -ФЗ (действующая редакция от 05.05.2014).
2. Федеральный Закон от 16.07.1998 №102-ФЗ (ред. От 01.07.2014) «Об ипотеке (залоге недвижимости)» (с изм. и доп. вступ. в силу с 25.07.2014);
3. Указ Президента РФ от 07.05.2012 №600 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно- коммунальных услуг».
4. Постановление Правительства РФ от 05.05.2014 №404 «О некоторых вопросах реализации программы «Жилье для российской семьи» в рамках государственной программы Российской Федерации «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» [Электронный ресурс] / Консультант-плюс. - 1999-2015. - Электрон, дан. - Режим доступа:
<http://base.consultant.nl> (дата обращения: 17.01.2015).
5. Распоряжение Правительства РФ от 08.11.2014 №2242-р об утверждении «Стратегии развития ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации до 2020 года».
6. Баронин, С. А. Ипотечное кредитование жилищного строительства:

- Учебное пособие /С.А. Баронин, В.В. Бочкарев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 - 189 с.
7. Звонова, Е. А. Деньги, кредит, банки: Учебник/под ред. Е. А. Звоновой. - М.: ИНФРА- М, 2015-592с.
 8. Жуков, Е. Ф. Деньги. Кредит. Банки. Ценные бумаги. Практикум: учебное пособие / Е. Ф. Жуков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.-431 с.
 9. Карташов, В.А. Формирование и развитие здоровой конкуренции на российском финансово-кредитном рынке: монография / В.А. Карташов. - М.: Издательский дом Академии Естествознания, 2014. - 172 с.
 10. Князев, В.Г., Слепов В.А. Финансы: Учебник / под ред. В.Г. Князева, В.А. Слепова. - М.: Магистрат - 2010. - 656с.
 11. Мотовилов, О. В. Банковское дело: учебник / О.В. Мотовилов, С.А. Белозеров. - М.: Проспект. - 2013. - 408 с.
 12. Русецкий, А.Е. Государственная регистрация ипотеки: научно-практическое пособие / А.Е. Русецкий. - М.: Юстицинформ, 2011. - 266 с.
 13. Варламова, Т.П. Ипотечное кредитование в России: история и современное состояние / Т.П. Варламова // Поволжский торгово-экономический журнал. - 2014. - № 5 (39). - С. 42-50.
 14. Ермилова, М.И. Сущность и основные тенденции ипотечного кредитования / М.И. Ермилова //Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. - 2011. -№1,- С. 220-221.
 15. Кудеев, А.С. Регулирование рынка ипотечного кредитования и жилищного строительства (на примере Липецкой области) / А.С. Кудеев // Вопросы государственного и муниципального управления. - 2010. - №4. - С. 82-104.
 16. Поляков, А.Ф. Реализация приоритетного национального проекта «Доступное и комфортное жилье - гражданам России» как важнейший фактор повышения человеческого потенциала / А.Ф. Поляков, Е.В. Зотова, Н.Н. Катайкина // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. - 2011.-№6.-С. 156-161.
 17. Рейтинг ипотечных банков [Электронный ресурс] / ООО «РУСИПОТЕКА». - 2003- 2014. - Электрон, дан. - Режим доступа:

http://rusipoteka.ru/profi/ipoteka-reitingi/reiting_ipotechnyh_bankov/ /дата обращения: 15.01.2015).

6.6. Оценочные средства.

| Оформление ВКР 20 | Раскрытие темы 20 баллов | Использование фактического материала 20 баллов | Логика и композиция, язык и стиль изложения 20 баллов | Оригинальность и самостоятельность раскрытия темы 20 баллов | Итог Всего 100 баллов |
|----------------------|--------------------------------|---|---|--|-----------------------------|
|----------------------|--------------------------------|---|---|--|-----------------------------|

Критерии оценки выпускной квалификационной работы:

Оценка «**ОТЛИЧНО**» выставляется если:

- работа выполнена самостоятельно, носит творческий характер, отличается определенной новизной;
- глубоко и всесторонне раскрыта исследуемая проблема; собран, обобщен и проанализирован весь необходимый и обусловленный темой работы нормативно-правовой и монографический материал, на основе которого сделаны аргументированные теоретические выводы и практические рекомендации;
- теоретические положения умело и творчески увязаны с практическими вопросами;
- дан анализ различных взглядов по исследуемой проблеме (если это необходимо по теме работы);
- составлена полная библиография в соответствии с требованиями методических рекомендаций;
- на защите выпускной квалификационной работы выпускник показал глубокие и всесторонние знания исследуемой проблемы, умение вести научную дискуссию. Свободно владеет темой, обладает культурой речи, знает нормативно-правовые акты и научную литературу по теме работы и смежным проблемам.

Оценка «**ХОРОШО**» ставится если:

- раскрыта исследуемая проблема с использованием нормативно-правовых актов и монографической литературы;
- отдельные вопросы изложены самостоятельно, но без глубокого творческого обоснования;
- имеют место неточности при освещении вопросов темы;
- в процессе защиты выпускной квалификационной работы допущены неполные ответы на вопросы членов ГАК.

Оценка «**УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» ставится если:

- исследуемая проблема раскрыта, в основном, правильно;
- в работе не использован весь необходимый для освещения темы нормативно-правовой и иной материал, а также научная литература;
- допущено поверхностное изложение отдельных вопросов темы;
- на защите выпускной квалификационной работы выпускник недостаточно полно изложил основные положения исследования, испытывал затруднения в изложении материала и при ответах на вопросы членов ГАК.

Оценка «**НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» ставится если

- работа содержит существенные теоретические ошибки или поверхностную

аргументацию основных положений;

- носит откровенно компилятивный характер;
- на защите работы студент показал слабые поверхностные знания по исследуемой теме, плохо отвечал на вопросы комиссии.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН/ФГОС ВО.

Руководитель программы

доцент кафедры массовых коммуникаций



Е.Ю. Бурдовская

Заведующий кафедрой

д.филол.н., профессор
кафедры массовых коммуникаций



В.В. Барабаш