

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 29.05.2023 12:01:09
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.02.15 Теория и практика массовой информации

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Реклама

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.О.02.15 «Теория и практика массовой информации» является формирование у студентов понимания основ массовой информации, функционирования конкретных средств ее распространения - периодической печати, радиовещания, телевидения, информационных агентств, Интернет-СМИ.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.О.02.15 «Теория и практика массовой информации» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
		ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
		ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.
		ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.
ПК-1	Способен участвовать в реализации	ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	<p>коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).</p>	<p>(или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.</p> <p>ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций.</p>
ПК-4	<p>Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).</p>	<p>ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p>

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.О.02.15 «Теория и практика массовой информации» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО (вариативная компонента).

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.О.02.15 «Теория и практика массовой информации».

Рабочая программа дисциплины Б1.О.02.15 «Теория и практика массовой информации» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	Введение в специальность. История рекламы и связей с общественностью. Основы теории коммуникации. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR.	Кризисные коммуникации. Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Международные маркетинговые коммуникации.
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности. Компьютерные технологии и информатика. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Современные технологии презентации.	Кризисные коммуникации. Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг.

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Введение в специальность. Социология. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Практика социальной рекламы.	Практика интегрированных коммуникаций (мастерская). Основы брендинга.
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	Введение в специальность. Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности.	Управление коммуникационными кампаниями. Управление коммуникационными проектами.
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности.	Разработка digital-проекта. Управление коммуникационными проектами. Эффективность рекламных кампаний.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.О.02.15 «Теория и практика массовой информации» составляет 4 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2...	5	6	
Контактная работа, ак.ч.	68	-	-	34	34	
в том числе:						
Лекции (ЛК)	34	-	-	17	17	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34	-	-	17	17	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	40	-	-	20	20	
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	36	-	-	18	18	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	-	-	72	72
	зач.ед.	4	-	-	2	2

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	...	5	6
Контактная работа, ак.ч.	70			34	36
в том числе:					
Лекции (ЛК)	35			17	18
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	35			17	18
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	48			21	27
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	26			17	9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144		72	72
	зач.ед.	4		2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.	Тема 1.1. Информация и её виды. Понятие, сущность информации и связанных с ней категорий (информатика, информатизация, информирование, массовая информация, информационное общество). Общество и информация. Коммуникация и информация: тождество и различие. Массовая информация и её типы.	ЛК

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p><i>Тема 1.2. История развития массовой информации.</i> Зарождение массовых информационных процессов в традиционном обществе. Выделение производителей информационных текстов в профессиональные коллективы. Функционирование системы СМК как «адресант-текст-адресат». Развитие письменных форм массовой информации. История СМИ: от папирусных свитков египетских фараонов и сводок новостей в Древнем Риме при Юлии Цезаре («ActaSenatus», «ActadiurnapopuliRomani») к newmedia. Материальные носители информационных текстов.</p>	ЛК
	<p><i>Тема 1.3. Система средств массовой информации.</i> Сравнительно-исторические характеристики развития СМИ. Создание системы периодических изданий. Радиовещание. Телевидение. Интернет.</p>	ЛК
	<p><i>Тема 1.4. Организация информационного производства.</i> Рынок средств массовой информации. Законодательство о СМИ, рекламе, государственной тайне и другие нормативные акты, связанные с информационным производством и распространением. Организация деятельности редакции. «Жизненный цикл» периодического издания.</p>	ЛК
ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.	<p><i>Тема 2.1. Сбор массовой информации.</i> Выбор темы. Методика сбора информации. Аудитория как источник информации.</p>	СЗ
	<p><i>Тема 2.2. Обработка массовой информации.</i> Особенности и виды журналистской деятельности. Структура редакции. Система редакционного планирования.</p>	СЗ
	<p><i>Тема 2.3. Тексты массовой информации.</i> Работа над текстом. Информационные жанры. Аналитические жанры. Художественно-публицистические жанры. Основные особенности «сетевых текстов».</p>	СЗ
	<p><i>Тема 2.4. Распространение массовой информации.</i> Рынок потребителей информации. Потребительские параметры информационной продукции.</p>	СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
ПРАВОВОЙ РАЗДЕЛ.	<i>Тема 3.1. Правовое регулирование средствами массовой информации.</i> Политика правительства Российской Федерации в области средств массовой информации в последнем десятилетии XX – начале XXI вв. Особенности становления законодательства по правовому регулированию деятельности СМИ. Закон «О средствах массовой информации» (1991 г.). Нормативные акты и документы, регламентирующие деятельность печати. «О приватизации издательств, полиграфических предприятий оптовой книжной торговли Комитета Российской Федерации по печати» (1994 г.), «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации» (1995 г.), «Об улучшении информационного обеспечения населения Российской Федерации» (1996 г.), «О порядке применения налоговых льгот по продукции средств массовой информации и книжной продукции» (1996 г.), а также другие законодательные и нормативные акты, направленные на улучшение экономического положения печати.	ЛК, СЗ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ РАЗДЕЛ.	<i>Тема 4.1. Развитие массовой информации в XXI веке.</i> Модели развития СМИ. СМИ в социально-политическом управлении обществом. Аудитория СМИ как субъект журналистской деятельности.	ЛК, СЗ

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование:

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
		мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры (ноутбук и проектор); экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры (ноутбук и проектор); экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и	стационарный персональный компьютер с пакетом

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
обучающихся	консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры (ноутбук и проектор); экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации [Текст/электронный ресурс]: Учебник / В.В. Ворошилов. - 2-е изд., перераб. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: КноРУС, 2017. - 464 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-406-05842-8: 908.49.
<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6268>

Дополнительная литература:

1. Афанасьев В.Г. Социальная информация. - М., 1994.
2. Буданцев Ю.П. Массовые коммуникации: основы системной коммуникологии. - М.: РУДН, 2017.
3. Варганова Е.Л. Постсоветская трансформация российских СМИ и журналистики. – М.: МедиаМир, 2013.
4. Грабельников А.А. Введение в организацию информационного производства: учебно-методический комплекс. – М.: РУДН, 2013.
5. Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. - М.: Изд-во РУДН, 2001.
6. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. - М., 1996.
7. Ким М.Н. Современные жанры журналистики. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004.
8. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. Учеб. пособие. 5-е изд. - М.: Аспект-пресс, 2014.

9. Тулупов В.В., Колосов А.А., Цуканова М.И., Сапунов В.И., Бобряшов А.А. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радио, Интернет. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.

10. Шумилина Т.В. Методы сбора информации в журналистике. - М., 1983.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- базы данных Ассоциации менеджеров России;

- база данных по бизнесу и экономике Business Source Complete;

- информационные библиографические базы данных ИНИОН РАН;

- книжные коллекции издательства «SPRINGER»;

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине Б1.О.02.15 «Теория и практика массовой информации».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.О.02.15 «Теория и практика массовой информации» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

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.

<https://esystem.rudn.ru/mod/resource/view.php?id=708669>

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

**Заведующая кафедрой
рекламы и бизнес-
коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Заведующая кафедрой
рекламы и бизнес-
коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О.