


**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**
**ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра рекламы и PR-технологий

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 И.А. Федоричева

19.08. 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Уровень основной образовательной программы – бакалавриат

Направление подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

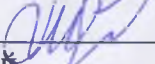
Статус дисциплины – базовая

Учебный план 2018 года

Описание учебной дисциплины по формам обучения

Очная								Заочная								
Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час..	Форма контроля	Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час..	Контрольная работа	Форма контроля
3	6	216/6	64	34	30	152	Экзамен (6)	3	6	216/6	22	12	10	122	+	Экзамен (6)
Всего		216/6	64	34	30	152	Экзамен (6)	Всего		216/6	22	12	10	122	+	Экзамен (6)

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ООП и ГОС ВО.

Программу разработала  М.Л. Яковенко, д-р филос.наук, профессор кафедры рекламы и PR-технологий

Рассмотрено на заседании кафедры рекламы и PR-технологий (ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского»)

Протокол № 1 от 28.08. 2019 г. Зав. кафедрой  Е.А. Лобовикова

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» является базовой частью дисциплин ООП ГОС ВО (уровень бакалавриата) и адресована студентам 3 курса (VI семестр) направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского». Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с историей становления теории массовой информации как науки, её методологии и методов её реализации в практике рекламы и связи с общественностью.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме:

- устной (устный опрос, защита письменной работы, доклад по результатам самостоятельной работы и т. п.);
- письменной (письменный опрос, выполнение проверочных тестов и творческих заданий по курсу).

Итоговый контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 34 часа для очной формы обучения и 12 часов для заочной формы обучения, семинарские занятия - 30 часов для очной формы обучения и 10 часов для заочной формы обучения, самостоятельная работа - 80 часов для очной формы обучения и 122 часа для заочной формы обучения.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения курса «Теория и практика массовой информации» является формирование у студентов целостного представления о системе массовой информации, обучение студентов эффективной деятельности в среде массовых коммуникаций и помощь в овладении знаниями об основах журналистского мастерства, экономике СМИ, технических средствах отрасли, правовой культуре.

Задачи дисциплины:

- ознакомление студентов с основами теории журналистики,
- формирование представлений о системе средств массовой информации и ее функционировании,
- определение значения содержания и формы в создании различных форм (текстов, видеоряда) журналистики,
- раскрытие роли и места массовой информации в системе современной коммуникации,
- развитие культуры поведения студентов в работе с представителями средств массовой информации,
- развитие способности критического мышления.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» относится к базовой части ООП ВО. Данному курсу должно предшествовать изучение таких дисциплин, как «Теория коммуникации», «Информационная культура личности», «Социология массовых коммуникаций», «Информатика и компьютерные технологии», «История рекламы и связей с общественностью», которые логически, содержательно и методологически связаны с дисциплиной «Теория и практика массовой информации». Данные дисциплины предоставляют обширную теоретическую базу, формируют навыки

самостоятельной аналитической работы и составляют теоретический и научно-методологический фундамент последующего изучения курса «Сетевые средства массовой информации и коммуникации».

Изучение дисциплины «Теория и практика массовой информации» способствует успешному овладению студентами таких дисциплин как «Связи с общественностью в кризисных ситуациях» «Психология рекламы» и др.

В программе учтены межпредметные связи с другими учебными дисциплинами.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Данная дисциплина формирует следующие компетенции:

Общекультурные компетенции (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-5	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК-3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК-10	способностью организовывать и проводить социологические исследования
ПК-11	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК-12	способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации

В результате изучения дисциплины «Теория и практика массовой информации» студенты должны **знать**:

- методику эффективной деятельности массово-коммуникационной среды;
- основные закономерности продвижения рекламной продукции в СМИ;
- основы журналистского творчества и её связь с PR-технологиями;
- основы правовой и этической культуры журналистов
- специфику коммуникации PR-специалистов со СМИ в процессе продвижения PR-технологий.

Овладев курсом, студенты должны **уметь**:

- использовать категориальный аппарат дисциплины в практической деятельности;
- использовать в работе технические средства массовой коммуникации СМИ;
- самостоятельно проводить анализ рекламной продукции, размещаемой в СМИ;
- применять полученные знания для создания рекламных проектов;
- профессионально работать с журналистами и представителями средств массовой информации.

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов							
	очная форма				заочная форма			
	всего	в том числе			всего	в том числе		
		л	с	с.р.		о	л	с
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Раздел I. История становления информации в теории и практике								
Тема 1. Информация: формирование понятия	12	2	2	8	15	1	1	13
Тема 2. Историческое становление обмена информацией	16	4	4	8	15	1	1-	13
Тема 3. Пражурналистские и раннежурналистские явления в обществе	16	4	4	8	15	1	1	13
Тема 4. Понятие массовой информации: социально-историческая обусловленность	12	2	2	8	15	1	1	13
Раздел II. Развитие средств массовой информации и PR-технологий								
Тема 5. Исторические формы и модели журналистики	16	4	4	8	15	1	1	13
Тема 6. Массово – информационная природа и принципы журналистики	16	4	4	8	16	2	1	13
Тема 7. Типология и система СМИ	12	2	2	8	15	1	1	13
Раздел III. Специфика управления массовой информацией								
Тема 8. Управление массовой информацией	18	6	4	8	18	2	1	15
Тема 9. Глобализация и технологизация информационных процессов.	26	6	4	16	20	2	2-	16
ВСЕГО часов по дисциплине	144	34	30	80	144	12	10	122

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ I. ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ

Тема 1. Информация: формирование понятия.

Становление понятия «информация». Эволюция общественного сознания. Информация как форма жизнедеятельности общества. Знание и информация. Информационное поле культуры: динамика исторических трансформаций. Эволюция информационных потоков.

Тема 2. Историческое становление обмена информацией.

Передача информации, предназначенной группе людей. Возникновение письменности и виды письма. Первичная интегрированная форма коммерческой коммуникации (протореклама). Институт глашатаев. Молва как средство передачи информации. Пробразы современных средств массовой информации в Древнем Риме (протогазета). Типографский станок и каталогизация печатной продукции.

Тема 3. Пражурналистские и раннежурналистские явления в обществе.

Развитие печатных средств массовой информации (XVII в.). Влияние социально-экономических реформ на развитие журналистики как вида деятельности. История развития периодической печати (газеты, журналы, фото и литографические технологии) и журналистики XIX и XX вв.: национальные особенности Европы и США. Русская периодическая печать.

Тема 4. Понятие массовой информации: социально-историческая обусловленность.

Массовая информация. Три этапа информационного процесса. Информационное пространство. Современное понятие информационного общества. Информационный образ жизни: общество и личность в условиях информатизации. Массовая информация и её роль в современном мире.

РАЗДЕЛ II. РАЗВИТИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И PR-ТЕХНОЛОГИЙ

Тема 5. Исторические формы и модели журналистики.

Исторические формы журналистики. Особенности и основные этапы развития журналистики в современном мире. Средства массовой информации и массовой коммуникации. Теоретическое знание: журналистика как сфера научной деятельности. Типологические признаки массмедиа. Медиакоммуникационные революции. Система массмедиа.

Тема 6. Массово – информационная природа и принципы журналистики.

Массовое информирование как журналистика. Интеллектуальные, гражданские и нравственные характеристики журналистского профессионализма. Социально-политическое функционирование журналистики. Границы автономии и стереотипы мышления. Функции средств массовой информации в обществе. Цензура и журналистика. Правовые и этические регуляторы журналистской деятельности.

Тема 7. Типология и система СМИ.

Типология и параметры средств массовой информации. Типология печатных СМИ. Типология телевидения. Типология радио. Инфраструктура СМИ. Интернет и информационные перспективы. Информационные агентства. Рекламные агентства.

Агентства в сфере общественных связей. Система взаимодействия средств массовой информации, её специфика.

РАЗДЕЛ III. СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ

Тема 8. . Связи с общественностью и управление массовой информацией.

Аудитория СМИ. Прямая и обратная связь с аудиторией.

Связи с общественностью: основы взаимоотношения с прессой. Организация связей с общественностью: использование различных средств массовой информации. Основные принципы управления информацией. Реклама в системе связей с общественностью. Средства распространения рекламы.

Тема 9. Глобализация и технологизация информационных процессов.

Динамика развития технических средств массовой информации и коммуникации в современном мире. Компьютерная техника и технологии в производстве современной информации и осуществления коммуникации. Журналистика и связи с общественностью в глобальном мире. Своеобразие информационных потоков и их восприятие в национальных границах различных стран. Социально-ценностное содержание коммуникационной деятельности в глобальном мире

7. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных рефератов.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, реферата по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к семинарским занятиям;
- творческие задания к практической деятельности со средствами массовой информации;
- конспектирование первоисточников, изучение научной, учебно-методической литературы;
- моделирование содержания темы: составление структурно-логических схем, таблиц, создание графиков, рисунков и т.п.
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к экзамену.

7.1 ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

РАЗДЕЛ I. ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ

Тема 1. Информация: формирование понятия.

1. Формирование содержания понятия «информация» в повседневности.
2. Концептуализация понятия «информация» в философии. В. Вернадский о ноосфере.
3. Становление информационного поля культуры.
4. Каналы информации и их социально-историческое обоснованное расширение. Формирование мировоззрения.

Термины: познание, информация, информировать, ноосфера, информационное поле культуры, каналы информации, эволюция информационных потоков, мировоззрение.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Творческое задание:
 - Провести исследование на тему: «Информация из какой области человеческого знания представляет наибольший интерес для студентов ЛГАКИ им. Матусовского» методом раздаточного анкетирования.
 - Проанализировать информационное поле культуры своего региона методом контент-анализа прессы. (Временной период определяется и обосновывается студентом самостоятельно).

Литература: [6 – С. 72-83; 19 - С.5-52; Инт. рес.1; 5].

Тема 2. Историческое становление обмена информацией

1. Возникновение письменности и виды письма как интенсификация обмена информацией.
2. Виды письма как показатель развития информационного поля культуры. Особенности фонетического, иероглифического и логографического письма.
3. Передача информации, предназначенной группе людей.
4. Исторические основания формы развития коммуникации.

Термины: древнейшие виды письма, предметное письмо, пиктографическое письмо, логографическое письмо, фонетическое письмо, иероглифическое письмо, наборной печатный станок.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Роль письма в формировании информационного пространства древнего мира;
 - Печатный станок как фактор развития культурного пространства Европы.

Литература: [8 – С. 5-8; 9 – С.5-14; 6 - С. 60-72, 80-101].

Тема 3. Пражурналистские и раннежурналистские явления в обществе.

1. Развитие печатных средств массовой информации (XVII в.).
2. Влияние социально экономических реформ на развитие журналистики.
3. Технические предпосылки появления журналистики как вида деятельности.
4. Типы печатных изданий.

Термины: печатные средства, периодическая печать, газеты, журналы, фото технологии, литографические технологии, национальные особенности журналистики,

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - История журналистики XIX и XX вв. в контексте культурных преобразований;
 - Основания приоритета журналов над газетами в России XVIII в.
 - Возникновение и распространение письменности на Руси

Литература: [11 – С.5-11; 8 – С. 8-52; 9 – С. 14-117; 1 – 25-49]

Тема 4. Понятие массовой информации: социально-историческая обусловленность.

1. Информация в узком и широком значении. Категории массовой информации.
2. Массовая информация: Историко-технические условия возникновения.
3. Схема передачи информации и средства её распространения.
4. Социальная информация и СМИ.

Термины: информация, информировать, распространение информации, массовая информация, понятия массовой информации, исторические предпосылки, канал передачи информации, средства массового распространения.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Творческое задание:

- Используя различные схемы передачи информации смоделировать подачу информации в СМИ о деятельности благотворительного общества

Литература: [5 – С.30-105; 6 – С. 16-37; 8 – С. 52-69; 12 - С.7-14; 11 - С.11-59].

РАЗДЕЛ II. РАЗВИТИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И PR-ТЕХНОЛОГИЙ

Тема 5. Исторические формы и модели журналистики.

1. Социокультурные предпосылки возникновения журналистики.
2. Исторические формы журналистики.
3. Теоретическое знание: журналистика как сфера научной деятельности.
4. Система массмедиа.

Термины: журналистика, печать, пресса, история журналистики, типы журналистики, формы деятельности журналиста, цензура.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Творческое задание:
 - Проанализируйте направления научной деятельности в журналистике.

Литература: [8 – С.69-137; 6 – С. 136-140; 10 - С.208-213, 245-253, 285-287; 7 - С.11-47].

Тема 6. Массово – информационная природа и принципы журналистики.

1. Массово-информационная природа журналистики.
2. Каналы средств массовой информации.
3. Массовое информирование средствами журналистики. Функции СМИ в обществе.
5. Принципы журналистики. Цензура и журналистика в современном обществе.

Термины: массово-информационная природа, каналы средств массовой информации, функции средств массовой информации, журналистское произведение, принципы журналистики, общественная значимость СМИ.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Творческие задания:
 - Сообразовываясь с принципами журналистики, представьте журналистское произведение, отражающее злободневные проблемы повседневной жизни региона.
 - Проанализировать и описать виды цензуры, характерные для современных демократических и недемократических типов общественных отношений.

Литература: [5 - С.30-105; 7 – С. 162-248; 12 – С. 31-47; 3 - С.81-87].

Тема 7. Типология и система СМИ.

1. Типология и параметры средств массовой информации.
2. Специфика работы муниципальных и трансконтинентальных средств массовой информации.
3. Организация работы информационных агентств и её специфика.
4. Понятие аудитории СМИ. Прямая и обратная связь с аудиторией.

Термины: типология СМИ, муниципальная пресса, континентальные СМИ, Интернет, аудитория СМИ, расчетная аудитория, целевая аудитория, журналистское творчество, обратная связь.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Анализ источников информации на тему: «Телевидение как “одноглазый дракон” в Японской массовой культуре».
 - Обоснуйте, зачем необходимо изучать аудиторию СМИ.

Литература: [12 – С. 40-47; 3 – С. 92-129; 4 - С. 81-88, 107-116, 172-199].

РАЗДЕЛ III. СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ

Тема 8. Управление массовой информацией.

1. Основные принципы управления информацией.
2. Интерпретация информации. Сущность «умолчания» в информационной деятельности.
3. «Эксклюзивная информация», «подбор цитат», «привлечение авторитетного посредника», привязка к «круглой дате» как способы подачи информации.
4. Управление массовой информацией как способ манипуляции аудиторией.

Термины: управление информацией, интерпретация информации, воздействие на аудиторию, принципы, умолчание, эксклюзивная информация, подбор цитат, привлечение авторитетного посредника, привязка к круглой дате.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Творческие задания:
 - Используя способ подачи информации «эксклюзивная», представить работу городского Центра творчества.
 - Используя способ подачи информации «подбор цитат», продемонстрировать деятельность работы кафедры рекламы и связи с общественностью;
 - Используя способ подачи информации «привлечение авторитетного посредника», сделать рекламу университету гуманитарных наук;
 - Используя способ подачи информации «привязка к круглой дате» популяризировать деятельность работы Дома детского творчества.

Литература: [12 – С. 26-29; 2 – С. 54-107; 5 - С. 258-299; 13 - С. 384-531].

Тема 9. Глобализация и технологизация информационных процессов.

1. Информационное общество и признаки глобализации информационных процессов.
2. Динамизация информационных потоков.
3. Характер информатизации общественных процессов в различных странах.
4. Своеобразие информационных потоков и их восприятие в национальных границах различных стран
5. Информатизация и информационная инфраструктура российского общества.

Термины: информатизация, информационные потоки, национальные границы, признаки глобализации, общественные процессы, информационная инфраструктура.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Тема творческого сочинения:
 - На пути к глобальному обществу: управление информационными потоками.

Литература: [3 – С.392-419; 4 – С.107-116; 7 - С.147-232; 8 - С.52-69].

7.2 ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Становление понятия «информация» в истории развития социума.
2. Теории информации: особенности современных представлений.
3. Информационное общество: сущность и показатели развития.
4. Информационная культура как условие развития общества.
5. Личность в системе современных информационных технологий.
6. Массовые информационные процессы в истории и современности (сравнительный анализ).
7. Технологии массово-информационной деятельности в современном обществе.
8. Условия и тенденции функционирования массовых информационных процессов.
9. Механизм информационного взаимодействия в системе «масс-медиа – целевая аудитория».
10. Проблема «фильтров» («барьеров») в информационном процессе.
11. Управление информационными потоками в ситуации популяризации предприятия.
12. Информационное обеспечение формирования имиджа организации.
13. Журналистика как творческая деятельность в области связи с общественностью.
14. Реклама в массово-информационной деятельности.
15. Региональные особенности формирования системы СМИ (сравнительный анализ).
16. История СМИ: функции и принципы деятельности.
17. Закономерности функционирования системы СМИ.
18. Периодические издания в системе СМИ на современном этапе общественного развития.
19. Телевидение: структурно-функциональный анализ.
20. Системные особенности современного радиовещания.
21. Интернет-медиа: специфика, возможности, условия взаимодействия со специалистами в области PR-технологий.
22. Специалисты в области коммуникации: взаимодействие со средствами массовой информацией.

7.3 ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольная работа выполняется студентами **заочной формы обучения**. Необходимо выбрать один из вариантов в соответствии с порядковым номером студента в академическом журнале группы. Для выполнения задания необходимо подобрать и изучить литературу по теме контрольной работы и оформить ее в соответствии с планом. Изложение должно отличаться композиционной четкостью, последовательностью, грамотностью.

Вариант № 1

1. Аналитические жанры современных СМИ
2. Методы изучения массовой аудитории

Вариант № 2

1. История развития интернета в России
2. Теория информационного поля Земли В. Вернадского.

Вариант № 3

1. Художественно-публицистические жанры
2. Блог как феномен интернет -культуры

Вариант № 4

1. Общественное мнение: природа, структура, механизмы формирования и функционирования
2. Рынок современной прессы

Вариант № 5

1. Государственная информационная политика: основные понятия, направления и базовые принципы
2. Интернет как феномен культуры

Вариант № 6

1. Профессионально-этические нормы журналистского поведения
2. Рыночные характеристики печатных и аудиовизуальных СМИ

Вариант № 7

1. Электронные СМИ в современном обществе – радиовещание
2. Новостные сайты: характеристика и особенности

Вариант № 8

1. Особенности информационных жанров
2. Российские СМИ в Интернете

Вариант № 9

1. Конкуренция СМИ на рынке содержания, на рынке рекламы и на рынке свободного времени
2. Журналистское творчество как профессиональная деятельность

Вариант № 10

1. Понятие «массовая аудитория». Параметры изучения аудитории СМИ
2. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности

Вариант № 11

1. Свойства онлайн журналистики
2. Стратегия маркетинга в редакции

Вариант № 12

1. Глобализация и СМИ
2. Источники информации в журналистике. Правила работы с ними

Вариант № 13

1. Информационное общество: понятие, основные характеристики
2. Методы стимулирования продаж на рынке СМИ

Вариант № 14

1. Цензура и СМИ
2. Технические средства массовой коммуникации

Вариант № 15

1. Проблема свободы слова и журналистской этики
2. Журналистское произведение как текст – жанровые разновидности

Вариант № 16

1. Функции, типология и система СМИ
2. Массовая информация и ее роль в современном мире

Вариант № 17

1. Рынок СМИ: общая характеристика
2. Основные модели телевизионной индустрии

Вариант № 18

1. Массовая информация как центральная категория журналистики
2. Понятие «черного» PR и компромата в СМИ

Вариант № 19

1. Электронные СМИ в современном обществе – телевидение
2. Роль СМИ в формировании общественного мнения

Вариант № 20

1. Технологии создания новостей
2. Рыночные характеристики печатных и аудиовизуальных СМИ

7.4 ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Информация как средство познания человеком окружающего мира.
2. Определите общее и особенное в понятиях «информация», «информировать».
3. В. Вернадский как основоположник мировоззренческого концепта «ноосфера».
4. История становления информации как научной категории.
5. Проблемное поле формирования информационного поля культуры.
6. Каналы информации и процесс их исторического развития
7. Письменность как информационное поле и информационный код культуры.
8. Пиктография и логография как древнейшие виды письменной передачи информации.
9. Специфика обмена информацией посредством фонетического и иероглифического письма.
10. Эра печатной подачи информации. Первая газета.
11. Технические предпосылки появления журналистики
12. Возникновение и распространение письменности на Руси. Жанры древнерусской литературы.
13. Дайте характеристику типам печатных изданий.
14. Определите сущность приоритета журналов над газетами в России XVIII.

15. Понятие «информация» в узком и широком значении.
16. Информирование населения. Схема передачи информации.
17. Дайте характеристику каналам массовой информации.
18. Средства массового распространения информации
19. Определите понятие «журналистика». Соотнесите его с понятиями «печать» и «пресса».
20. Особенности журналистики эпохи тоталитаризма в России.
21. Исторические типы журналистики.
22. Виды цензуры в современном обществе.
23. Массово-информационная природа журналистики.
24. Перечислите и охарактеризуйте каналы СМИ.
25. Функции руководящих органов СМИ
26. Функции СМИ в истории и современном обществе.
27. Социальные принципы журналистики и нравственная позиция журналиста.
28. Трансконтинентальные СМИ в современном мире
29. Особенности развития муниципальной прессы.
30. Массовая пресса как фактор коммуникации.
31. Интернет в системе средств массовой информации.
32. Радиотрансляция для массовой аудитории: функции и особенности канала.
33. Специфика работы информационных агентств в ретроспективном видении.
34. Массовая аудитория, расчетная и целевые группы СМИ: общее и особенное.
35. Парадигмальная триада журналистского творчества.
36. Обратная связь аудитории со средствами массовой информации.
37. Принципы управление информацией.
38. Поясните сущность «интерпретации информации».
39. Понятие «умолчания» в информационно-коммуникационной деятельности.
40. Способы воздействия на аудиторию в процессе управления массовой информацией.
41. Использование «эксклюзивности информации» во взаимодействии со СМИ.
42. Новостной повод в контексте подачи информации в СМИ.
43. Социально-историческая обусловленность становление понятия «информационное общество».
44. Характер информатизации общественных процессов в различных странах.
45. Уровень и специфика информатизации российского общества.
46. Признаки и направления глобализации информационных процессов.
47. Влияние восприятия глобализации информационных потоков на их своеобразии в национальных границах различных стран.
48. Реклама как составляющая массовой информации.

**Третий вопрос экзаменационного билета предполагает осмысление решения прикладной задачи, построенной на базе изученного теоретического материала.*

8. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины «Теория и практика массовой информации» используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин) реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «Теория и практика массовой информации» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в семинарских занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на основных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

В ходе проведения семинарских занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные в план семинарского занятия. Помимо устной работы, проводится защита рефератов по теме семинарского занятия, сопровождающаяся его обсуждением и оценением. В ходе семинарского занятия может быть проведено пилотное тестирование, предполагающее выявление уровня знаний по пройденному материалу. Также большое внимание на семинарских занятиях уделяется практико-ориентированным заданиям: изучению особенностей функционирования средств массовой информации и управлению информационными потоками.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

При проведении различных видов занятий используются интерактивные формы обучения:

Занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии
Семинарские занятия	Круглый стол, занятие - визуализация, использование технических средств обучения (презентации, видеофильмы и т.д.) с дальнейшим обсуждением, дебаты, кейс-метод (разбор конкретных ситуаций), коллективное решение творческих задач, обучение на основе опыта и т.п.

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Критериями оценки компетенций являются:

- уровень освоения учебной дисциплины по профессиональной подготовке специалистов в области рекламы и связи с общественностью;
- умение ориентироваться во всей области научных знаний по осваиваемой дисциплине, как совокупности концепций и теорий, рассматривающих принципы и закономерности, модели и методы рекламы в средствах массовой информации;
- умение применять на практике управления информационными потоками.

Итоговый контроль по дисциплине осуществляется в форме *экзамена*.

Условием получения положительной оценки на экзамене является успешное освоение студентом всех теоретических разделов дисциплины.

Экзаменационный билет содержит вопросы, охватывающие основные понятия, изучаемые в соответствии с разделами дисциплины. После получения зачетного билета студенту предоставляется 45 минут для подготовки к ответам на вопросы.

В ходе ответа студента на вопросы билета преподаватель вправе задать уточняющие вопросы. Если преподаватель затрудняется в определении оценки, то он может задавать дополнительные вопросы (не более 2-х) по теме зачетного билета.

Ответы студентов на экзамене оцениваются по четырёхбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Ответ оценивается на «отлично», если студент глубоко и прочно усвоил учебный материал рабочей программы дисциплины, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, не допускает ошибок.

Ответ оценивается на «хорошо», если студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу его излагает, не допускает существенных неточностей при ответах, умеет уместно применять теоретические знания на практике, а также владеет необходимыми навыками решения практических задач.

Ответ оценивается на «удовлетворительно», если студент освоил только основной материал, однако не знает отдельных деталей, допускает неточности и некорректные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения при выполнении практических заданий.

Ответ оценивается на «неудовлетворительно», если студент не усвоил отдельных разделов учебного материала рабочей программы дисциплины, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания.

10. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. [Аникина М.Е., Баранов В.В., Воронова О.А. и др. Типология периодической печати: Учебное пособие для студентов вузов. — М.: Аспект-Пресс, 2009. — 236 с.](#)
2. [Варакута С.А. Связи с общественностью: учеб.пособие / С.А. Варакута – М.: Инфра-М, 2009. – 207 с.](#)
3. [Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации : учебник / В.В. Ворошилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : КНОРУС, 2017. — 464 с. — \(Бакалавриат\)](#)
4. Дискурсология и медиакритика средств массовой информации: сборник научных работ (по материалам международной научно-практической конференции, НИУ «БелГУ», 4–7 октября 2017 г.) / под ред. А.В. Полонского, М.Ю. Казак, С.В. Ушаковой. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017. – 446 с.
5. [Ким М. Теория и практика массовой информации. Учебник для вузов \(Стандарт третьего поколения\) / М. Ким;Издательство «Питер», 2017. – 182 с. \[Электронный ресурс\]. - Режим доступа: <https://www.litmir.me/br/?b=602942&p=1>](#)
6. [Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации: учебник / АГ. Киселёв. - М. : КНОРУС, 2009. - 432 с.](#)
7. [Корконосенко С.Г. Теория журналистики. Моделирование и применение : учеб.пособие для вузов / С.Г. Корконосенко. – М.: Логос, 2010. – 247 с.](#)
8. [Марков А.А. Теория и практика массовой информации Конспект лекций Часть.1. / Марков А.А., Санкт-Петербург, 2010. – 275 с.](#)
9. [Марков А.А., Молчанова О.И., Полякова Н.В.Теория и практика массовой информации. Учебник / под общ.ред. А.А. Маркова. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 369 с.](#)
10. [Мультимедийная журналистика: сб. науч. трудов / под общ.ред. канд. филол. наук доцента В. П. Воробьева. – Минск : БГУ, 2018. – 352 с.](#)
11. [Смеюха, В.В. Теория и практика массовой информации: учеб.пособие / В.В. Смеюха; ФГБОУ ВПО РГУПС. – Ростов н/Д, 2015. – 87 с.](#)
12. [Тендит, К. Н.Теория и практика массовой информации: учеб.пособие / К.Н. Тендит, А.В. Иваньков. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 56 с.](#)
13. [Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: Учебник / Ф.И. Шарков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. - 592 с.](#)

Дополнительная литература

14. [Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе: учеб.пособие / А.А. Грабельников. – М., 2004.](#)
15. [Гуревич С.М. Экономика и менеджмент СМИ / С.М. Гуревич. - М., 2005.](#)
16. [Голядкин Н. А. Творческая телереклама : учеб.пособ. / Н. А. Голядкин. - М. : Аспект Пресс, 2005. — 172 с.: \[Электронный ресурс\]. - Режим доступа: \[http://lib.lgaki.info/page_lib.php?docid=6657&mode=DocBibRecord\]\(http://lib.lgaki.info/page_lib.php?docid=6657&mode=DocBibRecord\)](#)
17. [Кривонос А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью / А.Д. Кривонос, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина. – СПб: Питер, 2010. – 384 с.](#)

18. *Лазутина Г.В.* Основы творческой деятельности журналиста: учебник для вузов / Г.В. Лазутина. -М., 2004.
19. *Маркасов М.Ю.* Теория и практика массовой информации : учеб.-метод. комплекс / М.Ю. Маркасов. – Новосибирск: НГУЭУ, 2008, 124 с.
20. *Почепцов Г.Г.* Паблик рилейшнз для профессионалов. - М.:”Рефл-бук”, “Ваклер”,1999. – 622с.
21. *Средства массовой информации России:* учебное пособие / под ред. Я.Н. Засурского / Я.Н. Засурский. –М., 2008.
22. *Тертычный А.А.* Аналитическая журналистика : учеб.пособие для вузов по направлению 030600 «Журналистика» и специальности 030601 «Журналистика» / А.А. Тертычный. – М., 2010.
23. *Фаулер Д.* Печатная реклама трамплин для роста продаж. : практич. руководство / Дэвид Фаулер ; пер. О. В. Юшкова. — [б. м.] : [б. и.], 1998. — 77 с.
24. Форматы и жанры в современных СМИ: [ряд ст.] / А. А. Тертычный [и др.]// Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика, 2010.
25. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры: учеб.-практич. пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: высшее образование, Юрайт-Издат, 2009.
26. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Учеб.пособие. – М.: Дело, 2001.–296 с.
27. Яковлев И.П. Основы теории коммуникаций. – учебное пособие. – СПб.: Институт управления и экономики, 2001. – 321 с.

Интернет-источники:

1. Федеральный портал «Российское образование»: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.edu.ru/>
2. Электронная гуманитарная библиотека: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gumfak.ru/>
3. Britannica: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: - www.britannica.com
4. Библиотека МГУ им. М.В. Ломоносова [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://www.lib.msu.su/>
5. ЭБС Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс]: [веб-сайт]. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>
6. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]: [веб-сайт]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. При подготовке к занятиям по данной дисциплине используется аудиторный фонд (столы, стулья, доска).

При подготовке и проведении занятий используются дополнительные материалы. Предоставляется литература читального зала библиотеки ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского». Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии.

Информационные технологии и программное обеспечение не применяются.