

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Теория и практика массовой информации»**

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины:

составить представление у студентов о массовой информации, ее появлении и развитии, характерных чертах и роли в современном мире, а также формах, специфике в различных медиа-каналах (радио- и телевидении, периодической печати, Интернете), жанрах печатной, радио- и тележурналистики, и некоторых аспектах производства медиа-контента, что отражено в разделах изучения данной дисциплины.

Задачи освоения дисциплины:

- ознакомить с понятием «массовой информации», продемонстрировать ее роль в современном мире;
- кратко изучить историю становления радио- и телевидения, развития периодической печати, появления массовой информации, сделав особый акцент на российском контексте;
- обозначить специфику теле- и радиовещания, печатных СМИ как медиа-средств, а также Интернета как канала коммуникации и информационной сети;
- составить представление о системе СМИ современной России, а также ознакомить с ведущими тенденциями на рынке радио-, телевидения, периодических печатных СМИ, изучить типологии названных СМИ (печать, ТВ, радио);
- изучить основные виды, жанры передач радио- тележурналистики, периодической печати, ознакомиться с их характеристиками;
- сформировать представление о некоторых особенностях и аспектах производства теле- и радио-передач, о системе жанров печатных масс-медиа и их специфике в сетевых изданиях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» Б1.Б22 относится к базовому циклу дисциплин, изучается в 3-4-ом семестрах второго курса бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: к началу ее изучения в качестве входных студенты должны обладать знаниями о понятии и формах, видах коммуникации (в том числе вводным образом о специфических чертах и характеристиках массовой коммуникации, основных моделях коммуникативного акта и ведущих теориях, основных подходах к изучению массовой коммуникации, владеть понятием «информационное общество»). Предшествующая дисциплина - «Основы теории коммуникации» «Социальные институты и процессы» «Философия», «История», «Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью» (1-2-ой семестр).

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Последующие дисциплины (для которых отчасти необходимы компетенции, сформированные на основе данного курса): «Социология массовой коммуникации», «Психология массовой коммуникации», «Планирование

рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний», «Культурология» «Технологии имиджмейкинга» «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью», «Антропология визуальной коммуникации», «Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью», «Современная пресс-служба», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «PR в сфере культуры», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Поведение потребителей», «Интернациональная и национальная реклама», «Планирование антикризисных коммуникаций»

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p>УК5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>Знать: историю появления и развития массовой информации, а также основные тенденции развития медиа-рынков (радио- и телевидения, печатных СМИ) в мире и стране;</p> <p>Уметь: применять знания об основных процессах и тенденциях как на российском рынке периодической печати, радио и телевидения, так и в мире в целом, в ведущих западных странах;</p> <p>Владеть: навыками в некоторых аспектах производства теле- и радио-передач, разных жанров печатных масс-медиа (например, написания сценария для ТВ или статей, др. материалов для печатных СМИ разных видов и жанров).</p>
<p>ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;</p>	<p>Знать: специфику основных медиа-носителей и их контента, а также основные тенденции развития медиа-рынков (радио- и телевидения, печатных СМИ) в мире и в стране;</p> <p>Уметь: применять и знать определенные теоретические и практические аспекты журналистской деятельности; о современных СМИ и их типологиях; об основных процессах и тенденциях на российском рынке периодической печати, радио и телевидения; а также о некоторых механизмах производства теле- и радио-передач, их компонентах и жанрах, специфике и системе жанров печатных масс-медиа.</p> <p>Владеть: навыками в некоторых аспектах производства теле- и радио-передач, разных жанров печатных масс-медиа (например, написания сценария для ТВ или статей, др. материалов для печатных СМИ разных видов и жанров).</p>
<p>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</p>	<p>Знать: историю появления и развития массовой информации (о зарождении и развитии прессы, становлении отечественного радио- и телевидения, основных этапах развития журналистики), требования к ней, основные отличительные черты, специфику основных медиа-носителей и их контента, а также основные тенденции развития медиа-рынков (радио- и телевидения, печатных СМИ) в мире и стране;</p> <p>Уметь: применять и знать определенные теоретические и практические аспекты журналистской деятельности; о</p>

	<p>современных СМИ и их типологиях; об основных процессах и тенденциях на российском рынке периодической печати, радио и телевидения; а также о некоторых механизмах производства теле- и радио-передач, их компонентах и жанрах, специфике и системе жанров печатных масс-медиа;</p> <p>Владеть: навыками в некоторых аспектах производства теле- и радио-передач, разных жанров печатных масс-медиа (например, написания сценария для ТВ или статей, др. материалов для печатных СМИ разных видов и жанров).</p>
--	--

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 5 зачетных единиц

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины «Теория и практика массовой информации» включает в себя следующие образовательные технологии:

- проведение практических занятий, связанных с освоением некоторых навыков, относящихся к производству медиа-продукции (например, разработке сценария для электронных СМИ, написанию статей, заметок для печатных масс-медиа);
- подготовка, публичные презентации и обсуждение докладов;
- проведение дискуссий в семинарских группах.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: оценка работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами и сообщениями).

Промежуточная аттестация проводится в форме: подготовки рефератов, докладов.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного экзамена. Курсовой работы