


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета УлГУ
от «29» августа 2023 г., протокол №1 /327

Ректор УлГУ _____ Б.М. Костишко
«29» августа 2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Современные медиакоммуникации
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра журналистики, филологии, документоведения и библиотекведения
Курс	2

Направление (специальность) 39.03.03 Организация работы с молодежью
код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация) Организация молодежных социокультурных проектов и образовательных программ

Форма обучения: **очная**

(очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются))

Дата введения в учебный процесс УлГУ: **«01» сентября 2022 г.**


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Игнатъева Олеся Владимировна	Кафедра журналистики, филологии, документоведения и библиотекведения	Доцент, кандидат педагогических наук, доцент

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой журналистики, филологии, документоведения и библиотекведения	Заведующий кафедрой психологии и педагогики
 (подпись) /О.Р. Самарцев/ (ФИО) «29» августа 2023г.	 Подпись /С.Н.Митин/ ФИО «29» августа 2023г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: сформировать у студентов гуманитарного образовательного профиля комплексные представления о медиакоммуникациях как системе производства и распространения, обмена и потребления социально значимой информации по масс-медийным и интермедийным каналам коммуникации.

Задачи освоения дисциплины:

- представить различные трактовки коммуникации, существующие в современном научном дискурсе;
- исследовать концепции средств массовой коммуникации и их роли в коммуникативном процессе;
- обозначить функции коммуникации в современной социокультурной практике;
- изучить основы теории и практики медиакоммуникации в широком научном контексте (социологический, экономический, деонтологический, семиотический аспекты);
- определить научный аппарат современной медиакоммуникативистики, методы исследования медиакоммуникаций;
- рассмотреть основные уровни социальной коммуникации, специфику коммуникаций в различных сферах социальной жизни;
- выработать умения и навыки эффективного взаимодействия, определяющие высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

Учебная дисциплина «Современные медиакоммуникации» знакомит студентов с процессами реализации медиакоммуникаций, условиями и закономерностями их эффективного протекания, формирует навыки комплексного исследования современной информационно-коммуникационной среды для реализации плодотворного общения в различных типах социальных взаимодействий, что создает базу для применения изученного материала на практике.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП


Дисциплина «Современные медиакоммуникации» изучается в 4-ом семестре 2-ого курса и относится к обязательной части Блока Б1.О.20 «Дисциплины (модули)» учебного плана по программе бакалавриата 39.03.03 «Организация работы с молодежью».

Изучение учебной дисциплины происходит параллельно с получением компетенций в процессе освоения таких дисциплин, как Педагогическая психология,

Культура цивилизаций, стран и регионов.

Дисциплина «Современные медиакоммуникации» базируется на отдельных компонентах компетенций, сформированных у обучающихся в ходе изучения предшествующих учебных дисциплин учебного плана: История, Иностранный язык, Русский язык и культура речи, Межкультурные коммуникации, Культурология, Социальная культурология, Психология и педагогика, Философия, История и современное состояние молодежной политики за рубежом, Ознакомительная практика.

Результаты освоения дисциплины «Современные медиакоммуникации» будут необходимы для дальнейшего процесса обучения в рамках поэтапного формирования компетенций при изучении следующих специальных дисциплин: Научно-исследовательская работа, Риторика, Психология творчества, а также для прохождения практик (Практика по получению умений и опыта профессиональной деятельности),

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

государственной итоговой аттестации (подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена).

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:


Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p>УК-4</p> <p>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>ИД-1 ук4 Знать: принципы и методы деловой коммуникации в устной и письменной форме.</p> <p>ИД-2 ук4 Уметь: анализировать и формулировать актуальные проблемы общества, выявлять главные (ключевые) аспекты проблемы, использовать многообразие языковых методов выражения смыслов и идей, использовать методы психологии коммуникативного взаимодействия.</p> <p>ИД-1 ук4 Владеть: навыками устной и письменной речи, лексикой и стилистикой родного (иностранного) языка. Навыками построения эффективного взаимодействия с аудиторией.</p>
<p>УК-5</p> <p>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>ИД-1 ук5 Знать: закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте.</p> <p>ИД-2 ук5 Уметь: понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p> <p>ИД-3 ук5 Владеть: знаниями и навыками практического применения принципов межкультурного разнообразия общества для формирования форм межкультурной коммуникации и освещения соответствующих тем в деятельности журналиста.</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) – 2 ЗЕТ.

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах):

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – очная)				
	Всего по плану	в т.ч. по семестрам			
		1	2	3	4

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		


1	2	3	4	5	6
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	32	-	-	-	32/32*
Аудиторные занятия:					
• лекции	16	-	-	-	16/16*
• семинары и практические занятия	16	-	-	-	16/16*
• лабораторные работы, практикумы	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа	40	-	-	-	40
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	тестирование, опрос (устный или письменный)	-	-	-	тестирование, опрос (устный или письменный)
Курсовая работа	-	-	-	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	-	-	-	зачет
Всего часов по дисциплине	72	-	-	-	72

*В случае необходимости использования в учебном процессе частично / исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указано количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения.

4.3. Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения – очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинары	лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций.	8	2	2	-	-	4	Опрос (устный / письменный)
Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.	8	2	2	-	-	4	Опрос (устный / письменный)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.	8	2	2	-	-	4	Опрос (устный / письменный)
Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.	8	2	2	-	-	4	Тестирование
Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации.	10	2	2	-	-	6	Опрос (устный / письменный), тестирование
Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.	10	2	2	-	-	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.	10	2	2	-	-	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 8. Медиаинформационная грамотность.	10	2	2	-	-	6	Опрос (устный / письменный), дискуссия
ИТОГО:	72 (32)	16	16	-	-	40	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций.

Содержание темы:


Понятие «коммуникация» в современном научном знании. Функции коммуникации. Информация в коммуникации. Потенциальная и принятая информация. Субстанциональные, функциональные и атрибутивные концепции информации. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций. Современное медиапространство России, его особенности и тренды.

Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.

Содержание темы:

Социальная система и коммуникация. Коммуникация как субъект-субъектное взаимодействие. Коммуникация как процесс социального взаимодействия людей, взятый в знаковой форме. Коммуникатор, информатор, реципиент как участники массово-информационного взаимодействия. Обмен в коммуникации как обмен сообщениями. Обратная связь в коммуникативных взаимодействиях. Массовая информация, массовая коммуникация, средства массовой коммуникации, масс-медиа, средства массовой информации: соотношение понятий. Массовое сознание и его составляющие. Событие, ситуация и личность как предметы отображения в журналистике. Эффективность и действенность масс-медиа.

Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Содержание темы:

Традиционные и новые медиа. Ведущие поисковые информационные системы. Развитие альтернативных источников сетевой информации: новостных агрегаторов, блогов, социальных сетей.

Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.

Содержание темы:

Ресурсы информационного производства. Организация дистрибуции массово-информационного контента.

Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации.

Содержание темы:

Базовые принципы работы с информацией. Получение и использование сведений в массово-информационных целях: границы допустимого. Охрана интеллектуальной собственности в сфере информации.

Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.

Содержание темы:

Аудитория как объект и субъект медиакommunikации. Информационные потребности и интересы массовой аудитории. Требования потребителя к качеству получаемой массовой информации. Таргетинг. Подходы к сегментации аудитории: ранжирование аудитории по типу медиа, каналу, контенту. Универсальные и специализированные медиаплощадки. Методы исследования аудитории. Цели и инструменты измерения аудитории СМИ. Проблемы медиаметрии. Медиаанализ и медиапланирование.

Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.

Содержание темы:

Субъект медиапотребления как идентифицируемая личность с уникальными информационными запросами. Модели медиапотребления. Традиционная «линейная» модель. Площадки «нелинейного» медиапотребления: агрегаторы, видеохостинги, социальные сети, электронные версии традиционных изданий.

Практика использования аудиторией нескольких технологических устройств в процессе медиапотребления. Трансформация моделей медиапотребления в системе социальных медиа. Явление «сдвоенного экрана». UGC (пользовательский контент) и потребитель как производитель контента.

Тема 8. Медиаинформационная грамотность.

Содержание темы:

Факт, фактоид, фейковая новость. Троллинг, пранкинг. Подходы к выявлению фейковой информации. Верификация данных: технологии фактчекинга. Теории медиаэкологии, медиабезопасности, медиаобразования.


6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тестовые задания.

Ниже приводятся примерные варианты тестовых заданий.

ТЕСТ № 1

по теме № 4: «Экономика массовых коммуникаций»


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

1. Способность товара удовлетворять информационную потребность покупателя называется:
 - a. затратами труда;
 - b. ценой товара;
 - c. потребительской стоимостью.
2. Покупатель информации, получающий сведения, знания и оценки, помогающие ему ориентироваться в действительности, – это:
 - a. производитель информации;
 - b. потребитель информации.
3. К традиционным производителям информации можно отнести следующих лиц:
 - a. читателя;
 - b. журналиста;
 - c. владельца СМИ;
 - d. всех перечисленных.
4. Обмен между производителями журналистской информации и ее потребителями – это:
 - a. рыночные отношения;
 - b. купля-продажа материально-технических средств редакции;
 - c. составление договора на оказание информационных услуг.
5. С усилением информационных потребностей определенных общественных групп спрос на продукцию СМИ:
 - a. возрастает;
 - b. снижается.

ТЕСТ № 2

по теме № 5: «Этико-правовые основы производства массовой информации»

1. Может ли служить основанием для признания или непризнания человека журналистом отсутствие у него специального образования, стажа работы по специальности, членства в профессиональном союзе, гражданства и других персональных и социальных характеристик?
 - a. да;
 - b. нет.
2. Что представляет собой информация, отнесенная к разряду конфиденциальной?
 - a. общеизвестные сведения, доступ к которым и распоряжение которыми исключают необходимость получать чье-либо разрешение или приводить дополнительные доказательства их подлинности, правдивости;
 - b. особо охраняемые сведения в области военной, внешнеполитической, внешнеэкономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности государства, распространение которых может нанести ущерб его безопасности;
 - c. сведения, доступ к которым ограничен в целях соблюдения прав и законных интересов лиц, являющихся их владельцами, источниками или субъектами.
3. Что из перечисленного ниже, на Ваш взгляд, может подробно охарактеризовать основную цель и смысл проведения процедуры аккредитации?
 - a. признание права журналиста на сбор и обработку информации о деятельности различных органов и организаций;
 - b. выдача журналисту разрешения посетить мероприятие;

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- c. проверка и подтверждение документов журналиста и предоставление ему на их основе права осуществлять профессиональную деятельность в ходе конкретного мероприятия;
 - d. идентификация журналистов на мероприятии;
 - e. допуск на мероприятие именно журналистов и «отсеивание» случайных лиц, не являющихся журналистами, но стремящихся попасть на мероприятие.
4. Право редакций СМИ на предоставление необходимых им сведений о деятельности государственных органов, организаций, предприятий, общественных объединений реализуется в возможности получения со стороны указанных инстанций и их должностных лиц ответа
 - a. по результатам проведенного эксперимента;
 - b. на запрос информации;
 - c. по результатам мониторинга и анкетирования;
 - d. на рассылку справочных и статистических материалов.
5. Государственные органы и общественные объединения не обязаны предоставлять по запросам журналистов или редакций сведения, для подготовки которых требуется
 - a. проведение пресс-конференций;
 - b. рассылка справочных материалов;
 - c. предварительная обработка имеющейся или получение дополнительной информации;
 - d. производство каких-либо исследований.

Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).


Вопросы к теме:

- 1) Как трактуется понятие «коммуникация» в современном научном знании?
- 2) Перечислите основные функции коммуникации.
- 3) Опишите функциональную модель коммуникации.
- 4) Какую роль играет информация в коммуникации?
- 5) При соблюдении каких условий потенциальная информация способна перейти в категорию принятой?
- 6) Определите сущность субстанциональных, функциональных и атрибутивных концепций информации.
- 7) Что Вы понимаете под коммуникативным пространством? И почему медиапространство выступает в качестве среды реализации медиакommunikаций?
- 8) При каких условиях коммуникация может быть действительно эффективной и результативной?

Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).

Вопросы к теме:

- 1) Что представляет собой коммуникация как субъект-субъектное взаимодействие?
- 2) Охарактеризуйте коммуникацию как процесс социального взаимодействия людей, взятый в знаковой форме.
- 3) Что общего и различного Вы можете выделить в следующих процессах: «коммуникация», «общение» и «речевая деятельность»?
- 4) Обозначьте позиции коммуникатора, информатора, реципиента как участников массово-информационного взаимодействия.
- 5) Как реализуется обратная связь в коммуникативных взаимодействиях?

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- 6) Соотнесите понятия «массовая информация», «массовая коммуникация», «средства массовой коммуникации», «масс-медиа», «средства массовой информации».
- 7) Охарактеризуйте событие, ситуацию и личность как предметы отображения в журналистике.
- 8) Что такое эффективные медиакommunikации?
- 9) Назовите критерии эффективности коммуникации и выявите соотношение между целями и результатами коммуникации.
- 10) Какое влияние оказывают новые коммуникационные технологии на информационное пространство печатных СМИ, радио и телевидения, Интернет-сегмента?

Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).


Вопросы к теме:

- 1) Дайте характеристику сегмента традиционных средств массовой информации современного отечественного медиарынка.
- 2) Какие факторы сдерживают развитие системы российской периодики? Можно ли считать газеты и журналы по-прежнему важным источником информации для российской аудитории в условиях роста популярности Интернета, цифровых носителей и падения общего интереса к чтению?
- 3) Охарактеризуйте аудиовизуальный сегмент современного российского медиарынка.
- 4) Назовите ключевые тенденции развития сектора Интернет-медиа на современном этапе.
- 5) Обозначьте ведущие поисковые информационные системы.
- 6) Определите, что представляют собой альтернативные источники сетевой информации (новостные агрегаторы, блоги, социальные сети)?

Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).

Вопросы к теме:

- 1) В чем выражается право общества знать правду? И какие обязанности возникают у журналиста в связи с необходимостью производить качественный контент и своевременно информировать аудиторию?
- 2) Назовите основные этические запреты в работе журналиста над образом персонажа своего произведения. Какие методы сбора информации о человеке считаются незаконными и неэтичными?
- 3) Разделяете ли Вы тезис о том, что важной профессиональной задачей журналиста является четко разводить факты от мнений и подвергать сомнению все сведения, поступающие от третьих лиц?
- 4) Почему в текущих социокультурных и экономических условиях столь актуально говорить о профессиональных стандартах поведения журналистов?
- 5) Какие способы защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан и организаций предусмотрены в сфере массовой информации?
- 6) Что представляет собой опровержение сведений? На кого ложится обязанность публикации опровержений?
- 7) За какие противоправные деяния в сфере нарушения неприкосновенности частной жизни наступает ответственность?

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- 8) Обязан ли журналист получать согласие на распространение в СМИ сведений о личной жизни гражданина от самого гражданина?

Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).

Вопросы к теме:

- 1) Назовите основные группы пользователей медиаметрической информации.
- 2) Объясните, почему сведения об информационном поведении аудитории являются объектами интереса этих общественных институтов, профессиональных групп.
- 3) Согласны ли Вы с тезисом о том, что на рынке медиаиндустрии именно потребитель осуществляет конечный выбор информационного источника?
- 4) На основании анализа каких мониторинговых данных руководство редакций СМИ способно выстраивать грамотную вещательную политику?
- 5) Что представляет собой медиапланирование как сфера применения рейтингов?

Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).


Вопросы к теме:

- 1) Что представляет собой субъект медиапотребления как идентифицируемая личность с уникальными информационными запросами?
- 2) Назовите известные Вам модели медиапотребления.
- 3) Как называется модель потребления медиаконтента в режиме реального времени, в соответствии с расписанием и «сеткой вещания»?
- 4) Перечислите площадки «нелинейного» медиапотребления.
- 5) Как трансформируются модели медиапотребления в системе социальных медиа?
- 6) Каковы причины трансформации структуры медиапотребления: форм получения, обмена и передачи контента?
- 7) Как реализуется практика использования аудиторией нескольких технологических устройств?
- 8) Что представляет собой явление «сдвоенного экрана»?
- 9) Что такое UGC? И почему потребитель в современных условиях может выступать в качестве производителя контента?

Тема 8. Медиаинформационная грамотность (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).

Вопросы к теме:

- 1) Что представляют собой и чем отличаются друг от друга факт, фактоид и фейк?
- 2) Охарактеризуйте сущность, проявления и возможные социальные последствия таких явлений, как троллинг, пранкинг.
- 3) Определите подходы к выявлению фейковой информации.
- 4) Каковы причины появления в медиасреде некорректного представления данных?
- 5) Какие объективные и субъективные факторы затрудняют процесс проверки информации редакциями СМИ и журналистами?
- 6) Определите концепты «фактчекинг», «верификация данных». В чем смысловые пересечения значений этих понятий?
- 7) Что представляют собой первичный и пост-, перекрёстный и чистовой виды фактчекинга?

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- 8) Проанализируйте необходимость верификации данных как способа противодействия производству и распространению в информационно-коммуникационной среде фейковой информации.
- 9) Обозначьте сущность теорий медиаэкологии, медиабезопасности, медиаобразования.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ


Данный вид работы не предусмотрен УП.

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Понятие «коммуникация» в современном научном знании.
2. Функции коммуникации.
3. Информация в коммуникации. Потенциальная и принятая информация.
4. Субстанциональные, функциональные и атрибутивные концепции информации.
5. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций.
6. Коммуникация как субъект-субъектное взаимодействие. Коммуникатор, информатор, реципиент как участники массово-информационного взаимодействия.
7. Обмен в коммуникации как обмен сообщениями. Обратная связь в коммуникативных взаимодействиях.
8. Массовая информация, массовая коммуникация, средства массовой коммуникации, масс-медиа, средства массовой информации: соотношение понятий.
9. Событие, ситуация и личность как предметы отображения в журналистике. Эффективность и действенность масс-медиа.
10. Традиционные и новые медиа.
11. Ведущие поисковые информационные системы.
12. Развитие альтернативных источников сетевой информации: новостных агрегаторов, блогов, социальных сетей.
13. Ресурсы информационного производства. Организация дистрибуции массово-информационного контента.
14. Базовые принципы работы с информацией. Получение и использование сведений в массово-информационных целях: границы допустимого.
15. Охрана интеллектуальной собственности в сфере информации.
16. Аудитория как объект и субъект медиакоммуникации.
17. Информационные потребности и интересы массовой аудитории. Требования потребителя к качеству получаемой массовой информации.
18. Подходы к сегментации аудитории: ранжирование аудитории по типу медиа, каналу, контенту. Универсальные и специализированные медиаплощадки.
19. Методы исследования аудитории. Цели и инструменты измерения аудитории СМИ. Проблемы медиаметрии. Медиаанализ и медиапланирование.
20. Субъект медиапотребления как идентифицируемая личность с уникальными информационными запросами.
21. Модели медиапотребления. Традиционная «линейная» модель. Площадки «нелинейного» медиапотребления. Трансформация моделей медиапотребления в системе социальных медиа.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		


22. UGC (пользовательский контент) и потребитель как производитель контента.
 23. Факт, фактоид, фейковая новость. Троллинг, пранкинг. Подходы к выявлению фейковой информации. Верификация данных: технологии фактчекинга.
 24. Теории медиаэкологии, медиабезопасности, медиаобразования.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ


Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УЛГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019 г.).


Форма обучения – очная.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	4	Опрос (устный / письменный)
Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	4	Опрос (устный / письменный)
Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	4	Опрос (устный / письменный)
Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче зачета. 	4	Тестирование
Тема 5. Этико-правовые основы	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно- 	6	Опрос (устный /

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

производства массовой информации.	методического и информационного обеспечения дисциплины; <ul style="list-style-type: none"> • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче зачета. 		письменный), тестирование
Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	6	Опрос (устный / письменный), практическая работа
Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 8. Медиаинформационная грамотность.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	6	Опрос (устный / письменный), дискуссия

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Современные медиакоммуникации

а) Список рекомендуемой литературы

основная:

1. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516818>
2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520599>

дополнительная:

1. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518819>
2. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 466 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510845>

учебно-методическая:


1. Игнатьева О. В. Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Современные медиакоммуникации» для студентов бакалавриата факультетов культуры и искусства, гуманитарного факультета, факультета лингвистики, межкультурных связей и профессиональной коммуникации всех форм обучения / О. В. Игнатьева. - 2022. - 14 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/13373>

Согласовано:

Ведущий специалист НБ УлГУ / Терехина Л.А. / *Лнк* / 22.05. 2023

Форма

1 из 1

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций и семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

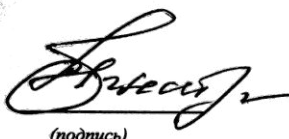
– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик


(подпись)

доцент
(должность)

О.В. Игнатъева
(ФИО)