АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.17 Теория и практика массовой информации

Автор:

К.филол. н, доц. О. А. Пичугина

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенции в областях осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; проведения под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий; применения навыков визуальных и цифровых коммуникаций.

План курса:

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем
1	Понятие медиа. Современная медиасистема. Медиапространство.	Массовые коммуникации как часть общей теории коммуникаций. Понятие информации. Понятие медиа. Современная медиасистема и медиапространство Нормативные модели медиа (теории прессы (Сиберт, Петерсон, Шрамм), Макуэйл, альтернативные модели).
2	Виды медиа: печать, ТВ, радио, кино, интернет, книги, аудио	Печатные СМИ. Телевидение. Радио. Интернет. Понятие журналистской деятельности. Жанры и стили журналистских работ. Влияние интернет-медиа на профессиональную деятельность, социальную сферу, политику, культуру. Актуальное состояние массовых коммуникаций.
3	Медиа в обществе и культуре. Медивоздействие	Теории массового общества и пропаганды. Структурно-функциональные теории медиа. Теории ограниченного и неограниченного воздействия медиа. Парадигма «ограниченных эффектов» масс-медиа и Колумбийская школа. Теория двухступенчатого потока информации. Лазарсфельд: лидеры мнений и личное влияние. Работы Хоуланда и дискуссия о функциях медиа. Концепция «демократического реализма» У. Липмана, теория «общественного мнения». Липман о функциях масс-медиа. Критические теории медиа- Франкфуртская школа. Теория повестки дня. Фрейминг.
4	Медиаэкологии.	Учение М. Маклюэна о медиа. Основы медиаэкологического подхода к изучению медиа. Н. Постман как основатель медиаэкологической школы. Медиаэкологии сегодня: работы А. Мирошниченко.

5	Журналистика, реклама и PR как форма массовых коммуникаций	Современное состояние журналистики, PR и рекламы. Отличительные особенности каждого направления. Аудитории. Профессиональные методы воздействия на аудиторию.
6	Актуальные вопросы современных массовых коммуникаций	Новые средства и каналы массовых коммуникаций. Mass self communications и many to many communications. Теория новых медиа. Будущее журналистики и «смерть» газет. Новые роли и функции печати.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Б1.Б.17 «Теория и практика массовой информации» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля
1. Ведение в медиакоммуникации	Творческое задание
2. Краткая история развития СМИ. Новые медиа vs традиционные	Командная презентация
3. Медиа в обществе и культуре. Медивоздействие	Командная презентация. Аналитико-синтетическое задание.
4. Медиаэкологии.	Диспут.
5. Журналистика, Реклама и PR как форма медиакоммуникаций	Творческое задание. Ролевая игра
6. Актуальные вопросы современных массовых коммуникаций	Доклад

Промежуточная аттестация проводится в форме: письменного экзамена – подготовки научной статьи; курсовой работы.

Основная литература:

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. http://www.iprbookshop.ru/15475
2. Александрова О.В. Язык средств массовой информации. Академический Проект, Альма Матер. 2015. http://www.iprbookshop.ru/36864