

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Выборг Александр Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 22.07.2022 10:49:00

Уникальный программный ключ:

c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Социальные технологии и гуманитарные науки»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.1 Культура массовых коммуникаций

Направление подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):

«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая программа дисциплины «Культура массовых коммуникаций» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 512

Составители:

к.с.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

О. В. Кораблева

(ФИО)

РПД обсуждена на заседании кафедры «Социальные технологии и гуманитарные науки»
25.06.2021 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой

д.с.н., доцент

(уч.степень, уч.звание)

С. В. Явон

(ФИО)

Рабочая программа дисциплины утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета от 29.06.2021 г. Протокол № 16.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся целостного представлений о теоретических и практических аспектах анализа культуры массовых коммуникаций, развитие навыков и умений по их применению в конкретных ситуациях, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) * для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ИПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде	Знает: - модели, принципы, технологии массовых коммуникаций; - формы и процессы медиакультуры; - методы производства и формы потребления медиа-контента; - подходы к анализу культурного содержания современных средств массовой коммуникации Умеет: - применять знания для интерпретации культурного содержания массовых коммуникаций в рамках современных медиа, в том числе Интернета и других цифровых средств коммуникации, в связи с профессиональными задачами Владеет: - навыками культурологического осмысления содержания массовых коммуникаций в рамках реализации профессиональных технологий в различных сферах социальной практики	Профессиональный стандарт 06.013 Специалист по информационным ресурсам Профессиональный стандарт 11.005 Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации Требования рынка труда Требования работодателей Обобщение отечественного и зарубежного опыта

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Профессиональный модуль. Дисциплины по выбору).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем и структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 з.е. (144 часа.), их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоёмкость, час
Общая трудоёмкость дисциплины, час	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	44/12

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоемкость, час
занятия лекционного типа (лекции)	20/6
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	24/6
лабораторные работы	-/-
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	100/128
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	100/128
Выполнение курсового проекта /курсовой работы	- /-
Контроль (часы на дифференцированный зачет)	-/-
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, очно-заочной, заочной форм обучения

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

В процессе освоения дисциплины может применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В процессе освоения дисциплины обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде и электронно-библиотечным системам.

3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименова ние оценочного средства)
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
ПК-2: ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3, ИПК-2.4	ТЕМА 1. МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ФЕНОМЕН Содержание лекции: 1. Природа, роль и место массовой коммуникации в обществе. 2. Подходы к определению массовой коммуникации. 3. Классические и современные модели массовой коммуникации. 4. Понятие медиакультуры.	6/1				Доклад, сообщение Составлени е тестовых вопросов по выбранной теме
	Практическое занятие Тема 1. Массовая коммуникация как феномен			5/1		
	Самостоятельная работа				20/25	
ПК-2: ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3, ИПК-2.4	ТЕМА 2. СМИ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ Содержание лекции: 1. Исторические аспекты формирования социального института медиа 2. Арсенал современных СМИ. 3. Преимущества и недостатки различных СМИ.	6/1				Доклад, сообщение Составлени е тестовых вопросов по выбранной теме
	Практическое занятие Тема 2. СМИ как социальный институт			5/1		
	Самостоятельная работа				20/25	
ПК-2: ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3, ИПК-2.4	ТЕМА 3. КОНСТРУИРОВАНИЕ РЕАЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ Содержание лекции: 1. Технологии и приемы конструирования реальности средствами массовых коммуникаций. 2. Понятие и технологии формирования	6/1				Доклад, сообщение Практическ ое задание

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
	повестки дня. 3. Технологии формирования общественного мнения средствами СМИ. 4. Стереотипизация и стигматизация.					
	Практическое занятие Тема 3. Конструирование реальности в современных СМИ			5/1		
	Самостоятельная работа				20/25	
ПК-2: ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3, ИПК-2.4	ТЕМА 4. ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК СРЕДСТВО МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ 1. Жанровое разнообразие программ на телевидении. 2. Сериал как феномен медиакультуры. 3. Кино в медиакультуре 4. Жанровое разнообразие кинематографа.	6/1				Доклад, сообщение Практическое задание
	Практическое занятие Тема 4. Телевидение как средство массовой коммуникации			4/1		
	Самостоятельная работа				20/25	
ПК-2: ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3, ИПК-2.4	ТЕМА 5. КУЛЬТУРА ИНТЕРНЕТА Содержание лекции: 1. Социальные, политические, культурные эффекты Интернет-коммуникации. 2. Социальные сети как культурная форма. 3. Блогосфера как медиапространство.	6/2				Реферат, презентация Практическое задание
	Практическое занятие Тема 5. Культура Интернета			5/2		
	Самостоятельная работа				20/28	
	ИТОГО	20/6	- / -	24/6	100/128	

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, очно-заочной, заочной форм обучения

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- информационные технологии: Miro, Google-документы, Zoom, BigBlueButton.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации или в ЭИОС университета.

В ходе лекционных занятий рекомендуется конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения (конспектируются).

Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на лабораторных работах

Лабораторные работы по дисциплине не предусмотрены.

4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа/ на практических занятиях

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.5. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной и научной литературы по курсу.
2. Подготовка рефератов.
3. Подготовка презентаций.
4. Работу с ресурсами Интернет, материалами периодической печати.

5. Подготовку тестовых вопросов по темам курса.

6. Подготовку к промежуточной аттестации по курсу.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный учебный курс, созданный в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>

4.6. Методические указания для выполнения курсового проекта/работы

Выполнение курсового проекта/работы по дисциплине не предусмотрено.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС). Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература

1. Персикова, Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учеб. пособие для вузов по специальности "Лингвистика и межкультур. коммуникация" / Т. Н. Персикова. - Документ read. - Москва : Логос, 2020. - 226 с. - Осн. термины и понятия. - URL: <https://znanium.com/read?id=367443> (дата обращения: 22.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-98704-127-9. - Текст : электронный.

2. Чамкин, А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации) : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот. 39.03.01 "Социология", 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью", 38.03.02 "Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр") / А. С. Чамкин. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 349 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=854756> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-102795-0. - Текст : электронный.

3. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение "Четвертой волны") : учеб. пособие по специальностям "Связи с общественностью", "Реклама", "Социология" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и образования, Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2017. - 259 с. - Слов. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415250> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-02257-9. - Текст : электронный.

4. Язык деловых межкультурных коммуникаций : учеб. для вузов по направлениям подгот. 38.03.01 "Экономика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.03 "Упр. персоналом", 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" (квалификация (степень) "бакалавр") / Т. Т. Черкашина, В. В. Тартынских, Н. Ю. Паудяль, Л. В. Филиндаш ; под ред. Т. Т. Черкашиной. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 367 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Прил. - Крат. терминолог. слов. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1039260> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-104883-2. - Текст : электронный.

Дополнительная литература

5. Богомолова, Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации : учеб. пособие для вузов по направлениям и специальности "Психология" / Н. Н. Богомолова. - Москва : Аспект Пресс, 2010. - 191 с. : табл. - Прил. - ISBN 978-5-7567-0513-3 : 198-80. - Текст : непосредственный.
6. Головлева, Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. - 250 с. : табл. - (Высшее образование). - Прил. - ISBN 978-5-222-12832-9 : 86-79. - Текст : непосредственный.
7. Кожемякин, Е. А. Основы теории коммуникации : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Кожемякин. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 189 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/read?id=369159> (дата обращения: 23.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-100414-2. - Текст : электронный.
8. Ореховская, Н. А. Социальные коммуникации : учеб. для вузов по направлению подгот. 39.03.01 "Социология" (квалификация (степень) "бакалавр") / Н. А. Ореховская. - Документ read. - Москва : Альфа-М [и др.], 2019. - 224 с. - (Высшая школа. Бакалавриат) (Высшая школа - бакалавриат). - Прил. - Слов. терминов. - URL: <https://znanium.com/read?id=367331> (дата обращения: 22.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-98281-387-9. - 978-5-16-009593-6. - Текст : электронный.
9. Основы теории коммуникации : учеб. для вузов по специальности "Социология" / М. А. Василик, М. С. Вершинин, В. А. Павлов [и др.] ; под ред. М. А. Василика. - Москва : Гардарики, 2007. - 615 с. : ил. - ISBN 978-5-8297-0135-2 : 259-82. - Текст : непосредственный.
10. Почепцов, Г. Г. Медиа: теория массовых коммуникаций : учеб. пособие для студентов и аспирантов / Г. Г. Почепцов. - Москва : Альтерпрес, 2008. - 407 с. - (Коммуникации & Стратегия). - ISBN 966-542-376-2. - 966-542-366-5(серия) : 517-00. - Текст : непосредственный.
11. Романов, А. А. Массовые коммуникации : учеб. пособие для вузов по специальностям "Реклама", "Менеджмент" / А. А. Романов, Г. А. Васильев. - Москва : Вузов. учеб., 2009. - 235 с. : табл. - (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-9558-0083-7 : 175-89. - Текст : непосредственный.
12. Садохин, А. П. Межкультурная коммуникация : учеб. пособие / А. П. Садохин. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2015. - 286 с. - Слов. основ. терминов и понятий. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=542898> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-104204-5. - Текст : электронный.
13. Тавокин, Е. П. Массовая коммуникация. Сущность и состояние в современной России : учеб. пособие / Е. П. Тавокин. - Изд. 3-е, испр. и доп. - Москва : ЛИБРОКОМ, 2012. - 200 с. : табл. - Глоссарий. - ISBN 978-5-397-02673-4 : 298-90. - Текст : непосредственный.
14. Харитонов, М. В. Реклама и PR в массовых коммуникациях / М. В. Харитонов. - Санкт-Петербург : Речь, 2008. - 197 с. - ISBN 5-9268-0701-8 : 81-72. - Текст : непосредственный.

5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000 - . - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 08.04.2020). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный.
2. ГАРАНТ.RU : информ. - правовой портал : [сайт] / ООО «НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». - Москва, 1990 - . - URL: <http://www.garant.ru> (дата обращения 08.04.2020). - Текст : электронный.
3. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». - Москва, 1992 - . - URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 08.04.2020). - Текст : электронный.

4. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010 - . - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения 08.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
5. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - . - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения 08.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
6. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011 - . - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 08.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5.3. Программное обеспечение

Информационное обеспечение учебного процесса по дисциплине осуществляется с использованием следующего программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого), в том числе отечественного производства:

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа (при наличии в учебном плане). Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Занятия семинарского типа (при наличии в учебном плане). Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

компьютерные классы университета;

библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС). Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде

университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;

проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- 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.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности результатов обучения

Форма проведения промежуточной аттестации	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
	Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Дифференцированный зачет	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
	пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
			70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
	повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии за набранными за семестр баллами (по накопительному рейтингу). Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

Формы текущего контроля успеваемости

Формы текущего контроля	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
Доклад/сообщение	6	5	30
Составление тестовых вопросов по выбранной теме	2	10	20
Подготовка и защита реферата по выбранной теме	1	10	10
Подготовка презентации по выбранной теме	1	10	10
Выполнение практического задания	3	10	30
Итого по дисциплине			100 баллов

Система оценивания представлена в электронном учебном курсе по дисциплине <http://sdo.tolgas.ru/>.

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

8.2.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям

Практические занятия по теме 1. Массовая коммуникация как феномен

Темы докладов/сообщений

1. Природа, роль и место массовой коммуникации в обществе.
2. Подходы к определению массовой коммуникации.
3. Классические и современные модели массовой коммуникации.
4. Понятие медиакультуры.

Практические занятия по теме 2. СМИ как социальный институт

Темы докладов/сообщений

1. Исторические аспекты формирования социального института медиа
2. Арсенал современных СМИ.
3. Преимущества и недостатки различных СМИ.
4. Место и роль прессы в современной медиакультуре.
5. Место и роль радио в современной медиакультуре.
6. Место и роль телевидения в современной медиакультуре.
7. Место и роль цифровых медиа в современной культуре.
8. Эффекты и эффективность медиа.

Практические занятия по теме 3. Конструирование реальности в современных СМИ

Темы докладов/сообщений

1. Эффект реальности по Р. Барту: «реальное» - «нереальное».
2. Понятие и технологии формирования повестки дня.
3. Технологии формирования общественного мнения средствами СМИ.
4. Техники и приемы манипулирования общественным сознанием.
5. Технологии «промыывания мозгов», пропаганда, цензура.
6. Стереотипы в массовом сознании.
7. Феномен музыкального радио.

Практические занятия по теме 4. Телевидение и кино как средства массовой коммуникации

Темы докладов/сообщений

1. Новостные программы на телевидении.
2. Юмористические программы на телевидении.
3. Познавательные программы на телевидении.
4. Развлекательные программы на телевидении.
5. Причины популярности ток-шоу.
6. Публичное-частное пространства в ток-шоу
7. Конструирование реальности посредством сериала.
8. Кино в медиакультуре
9. Жанровое разнообразие кинематографа.
10. Анализ содержания фильмов в стиле арт-хаус.
11. Массовый кинематограф.
12. Документальное кино.
13. Историческое кино.

Практические занятия по теме 5. Культура Интернета

Темы докладов/сообщений

1. Специфические черты приватного и публичного общения в новых медиа.

2. Социальные, политические, культурные эффекты Интернет-коммуникации.
3. Блоги как культурная форма.
4. Способы использования блогов.
5. Феномен блогосферы.
6. Трансформация сетевых дневников в 2000-е.
7. С какими целями пользователи ведут блоги?
8. Социальные сети как культурная форма.
9. Преследования в сети.
10. Буллинг в сети.

8.2.2. Типовые практические задания к семинарским занятиям

Практические задания по теме 3. Конструирование реальности в современных СМИ

1. Анализ проблемной ситуации «Сексизм в современных российских СМИ».
2. Анализ проблемной ситуации «Гендерные стереотипы в российской рекламе».
3. Написание эссе по материалам одной из радиостанций.
4. Анализ новостной радиопрограммы.

Обучающийся в праве выбрать одно из предложенных заданий по теме.

Практические задания по теме 4. Телевидение как средство массовой коммуникации

1. Анализ проблемной ситуации «Мифологизация на телевидении».
2. Контент-анализ новостной программы, ток-шоу, сериала (по выбору обучающегося).

3. Написание эссе по одному из тематических каналов телевидения.

Обучающийся в праве выбрать одно из предложенных заданий по теме.

Практические задания по теме 5. Культура Интернета

1. Написание эссе на тему «Культурные особенности Рунета»
2. Анализ авторских стратегий топ-блоггеров.
3. Контент-анализ сетевых средств коммуникации (социальные сети, стриминговые площадки и т. д.).

4. Анализ конкретной ситуации «Блоггерство как феномен современных массмедиа».
- Обучающийся в праве выбрать одно из предложенных заданий по теме.

8.2.3. Типовые темы для рефератов/презентаций

1. Коды и кодирование в коммуникативных процессах масс-медиа (по работам У. Эко и С. Холла).
2. Концепция сетевого общества в работах М. Кастельса.
3. Средства массовых коммуникаций в концепции М. Маклюэна.
4. Масс-медиа как самореферентная социальная система (Н. Луман).
5. Теория коммуникативного действия (Ю. Хабермас) в контексте проблематики культуры масс-медиа.
6. Механизмы формирования общественного мнения в концепции Э. Ноэль-Нойман.
7. Медиавирус и его свойства (по работам Д. Рашкоффа).
8. Мифы в практике масс-медиа (по работам Р. Барта).
9. Конструирование реальности в дискурсивных практиках массмедиа.
10. Реклама как источник информации о социуме.
11. Наружная реклама: эстетика и смыслы.
12. Визуализация в современных СМИ.
13. Вербализация в современных СМИ.
14. Радио: история и современность.
15. Радио: новости и музыка.
16. Пресса: история и современность.

17. Печать: риторика современных медиа.
18. Глянец: эстетика, смыслы, образы.
19. Феномен желтой прессы.
20. Телевидение: история и современность.
21. Сексизм в современных российских СМИ.
22. Гендерные стереотипы в российской рекламе.
23. Этнические стереотипы в современной медиакультуре.
24. Мифотворчество в современных СМИ.
25. Презентация субкультур в современных СМИ.
26. Стереотипизация в современной медиакультуре.
27. Манипулирование: сущность и приемы.
28. Пропаганда и идеология в медиакультуре.
29. Понятие «повестки дня».
30. Новостные программы как источник информации о социуме
31. Телевидение: сериалы и ток-шоу.
32. Тематическое телевидение.
33. Советское телевидение как транслятор культурных образцов.
34. Пропагандистский плакат: история и современность.
35. Социокультурная специфика российских и зарубежных медиа.
36. Место и роль кино в медиакультуре
37. Жанровое разнообразие кинематографа.
38. Анализ содержания фильмов в стиле арт-хаус.
39. Массовый кинематограф.
40. Нон-фикшн кинематограф..
41. Социальные сети как культурная форма.
42. Преследования в сети.
43. Буллинг в сети.

Требования к оформлению реферата

Объем работы – от 15 страниц.

Шрифт – TNR, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – 1,5.

Поля: правое – 1 см., левое – 2,5 см, верхнее, нижнее – 1 см.

Текст выравниваем по ширине страницы.

Нумерация страниц – середина страницы, вверху.

Количество используемых источников – от 5 наименований. Список оформляем по ГОСТу.

Требования к оформлению презентации

Презентация выполняется с использованием платформ Canva или PowerPoint.

Объем работы – от 15 слайдов.

Презентация должна включать примеры, результаты исследований, статистику, инфографику.

8.3. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине – дифференцированный зачет: по результатам накопительного рейтинга или компьютерного тестирования.

Примерный тест для итогового тестирования (ПК-2: ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3, ИПК-2.4)

1. Теория эгалитарной массовой коммуникации исходит

- 1) из системы положений, раскрывающих господствующую роль СМК в обществе, их возможности оказывать непосредственное и опосредованное воздействие на сознание и поведение людей
 - 2) из положений неомарксистского подхода к анализу социальных процессов
 - 3) из постулата предоставления всем гражданам права равного доступа к СМК и права выбора канала коммуникации для получения любой интересующей их информации
2. Направление, получившее название «критический анализ дискурса», возникло на основе
- 1) критической лингвистики
 - 2) «обыденного» языка
 - 3) математической логики
3. Советская социологическая школа разрабатывала теорию массовой коммуникации
- 1) как идеологический фактор
 - 2) как форма отображения значимой для общества информации
 - 3) как вида социального общения
4. Социономика имеет своим предметом
- 1) изучение общих для всех гуманитарных наук законов, теорий, категорий, методов и методик
 - 2) идею вседозволенности и свободной реинтерпретации
 - 3) поддержание взаимосвязей общества и природы
5. Нормативные теории массовой коммуникации основываются
- 1) на том, как должно быть
 - 2) на эмпирических наблюдениях
 - 3) на социальных опросах
6. Авторитарная теория массовой коммуникации – термин, предложенный Зибертом, обозначает
- 1) набор социально-политических условий для деятельности прессы в период ее становления
 - 2) обладание индивидом свободой на публикацию всего, что ему нравится
 - 3) приоритетность свободы коммуникации
7. Либертарианская теория – это
- 1) предварительная цензура и наказание за отклонение от установленных сверху способов освещения
 - 2) теория свободной прессы
 - 3) лицензирование, чтобы государство имело к СМИ прямой доступ или контроль над ними под предлогом национальной необходимости
8. Главные принципы и ценности либертарианской теории идентичны принципам и ценностям
- 1) либерально-демократического государства
 - 2) монархического государства
 - 3) коммунистического государства
9. Принципы теории социальной ответственности, согласно Маккуйэлу, НЕ предполагают:
- 1) медиа должны взять на себя и выполнять определенные обязательства перед обществом

- 2) медиа должны выполнять установленные профессиональные стандарты информативности, правдивости, точности, объективности и баланса
- 3) медиа должны саморегулироваться в рамках закона и существующих институтов
- 4) журналисты и медиа-профессионалы не должны быть подотчетны перед обществом, так же как перед работодателями и рынком

10. Теория для медиа развития означает, что

- 1) медиа не являются объектом произвольного или непредсказуемого вмешательства, а работают в пределах известных, добровольно установленных рамок
- 2) медиа должны обслуживать свою публику и реагировать на ее запросы
- 3) выступает за поддержку средствами массовой коммуникации существующего режима и его усилий по обеспечению экономического развития, чем она оказывает помощь обществу в целом

Регламент проведения компьютерного тестирования

Кол-во заданий в банке вопросов	Кол-во заданий, предъявляемых студенту	Время на тестирование, мин.
не менее 100	30	30

Полный фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации в форме компьютерного тестирования размещен в банке вопросов данного курса дисциплины в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>.

В ходе подготовки к промежуточной аттестации обучающимся предоставляется возможность пройти тест самопроверки. Тест для самопроверки по дисциплине размещен в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/> в свободном для студентов доступе.