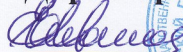


МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления АПК
Кафедра логистики и маркетинга в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института

 Шапорова З.Е.

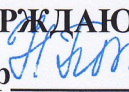
" 25 "

03

2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор

 Пивкикова Н.И.

" 25 "

03

2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Теория и практика медиакommunikаций

ФГОС ВО

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код, наименование)

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)

Курс 2

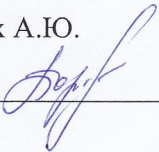
Семестр 4

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

Составитель: Борzych А.Ю.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

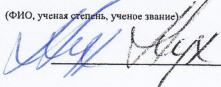
 «28» 03 2019 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью»

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 6/19 «28» 03
20 19 г.

Зав. кафедрой Лукиных В.Ф., д-р экон.наук, профессор

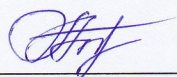
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

 «28» 03 20 19 г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Железнодорожного
и управления АПК протокол № 7 «25» 03 20 19 г.

Председатель методической комиссии

Белова Л.А. 
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «25» 03 20 19 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Линейное В.Т.Д.Т.Н. проф.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

Жуков «25» 03 20 19 г.

Оглавление

АННОТАЦИЯ.....	5
1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	5
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	5
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины.....	7
4.2.Содержание модулей дисциплины.....	8
4.3. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	8
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ.....	10
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....</i>	<i>11</i>
4.5.2. <i>Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы.....</i>	<i>12</i>
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ.....	13
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ	13
6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ".....	13
6.3. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	13
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	15
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17
9.1. Методические рекомендации для обучающихся.....	17
9.2. Методические рекомендации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	17
<i>Изменения</i>	<i>19</i>

Аннотация

Дисциплина Б1.О.19 «Теория и практика медиакоммуникаций» является дисциплиной обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули) подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Логистики и маркетинга в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональной компетенции (ОПК-5).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с азами рекламной деятельности, основными навыками создания рекламных сообщений, особенностями использования различных средств распространения рекламы. Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические, самостоятельная работа, консультации).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и промежуточный контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 часов), практические занятия (36 часов) и 90 часов самостоятельной работы студента, в том числе 18 часов в интерактивной форме.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.О.19 «Теория и практика медиакоммуникаций» включена в ОПОП, в обязательную часть блока 1 Дисциплины (модули).

Дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, формируемые в результате освоения.

Целью изучения дисциплины «Теория и практика коммуникаций» является формирование у студентов системного представления о современных теоретических подходах к изучению медиакоммуникаций при демонстрации значимости междисциплинарного знания в области медиаисследований.

Задачи дисциплины:

- формирование общих представлений об истоках и структуре современных медиакоммуникаций;
- уяснение взаимосвязи между понятиями «коммуникация», «аудиовизуальная коммуникация», «массмедиа», «средства массовой информации», «электронные медиа» и выстраивание их в четкую терминосистему;
- изучение основных этапов развития аудиовизуальной коммуникации (печать, фотография, радио, кино, телевидение, интернет);
- знакомство с важнейшими технологическими открытиями;
- характеристика основных теоретических концепций медиакоммуникаций в исторической ретроспективе;
- формирование целостного представления о системе научного знания в области коммуникации, включая основные научные центры формирования этих знаний;
- выработка навыков использования теории медиакоммуникаций в качестве концептуальной основы для анализа процессов, происходящих в сфере медиа;
- выработка практических навыков в моделировании концепции СМИ, локального медиапроекта.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
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	Знать: основополагающие категории теории медиакоммуникации; основные теории массмедиа и существующие подходы к их классификации; основные концепции, раскрывающие природу, функции и механизмы влияния медиа на общественное (массовое) сознание; мировые тенденции развития медиаотрасли и базовые принципы формирования медиасистем; особенности национальных медиамodelей, в том числе специфику функционирования российских СМИ; важнейшие инновационные практики в сфере массмедиа;
		Уметь: приобретать систематические знания из различной литературы для решения поставленных задач; оценивать и сопоставлять различные теории медиакоммуникаций; применять изученные теоретические подходы и модели к анализу медиакоммуникаций в современном обществе; сопоставлять различные медиамodelи с целью охарактеризовать их национальные особенности; разработать локальный авторский медиапроект с учетом важнейших инновационных практик в сфере

		массмедиа; разрабатывать, корректировать и анализировать концепцию СМИ;
		Владеть: навыками приобретения умений и знаний в области профессиональной деятельности; навыками использования концепций медиакommunikации в качестве теоретической базы исследования (при написании эссе, курсовых работ и ВКР); навыками применения знаний теорий медиакommunikации в научных и общественных дискуссиях, затрагивающих роль медиа в современном обществе; навыками анализа мировых тенденций развития медиаотрасли, национальных медиамodelей и базовых принципов развития медиасистем; технологией разработки концепции СМИ и локального авторского медиапроекта.

3. Организационно-методические данные дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач.ед. (180 часов), их распределение по видам работ и по семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	ед.зач.	час.	По семестрам	
			№ 4	
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5,0	180	180	
Контактная работа	1,5	54	54	
в том числе:				
Лекции (Л)/ в том числе в интерактивной форме		18/6	18/6	
Практические занятия (ПЗ) /в том числе в интерактивной форме				
Семинары (С)/ в том числе в интерактивной форме		36/12	36/12	
Лабораторные работы (ЛР))/ в том числе в интерактивной форме				
Самостоятельная работа (СРС)	2,5	90	90	
в том числе:				
курсовой проект		30	30	
самостоятельное изучение тем и разделов		30	30	
самоподготовка к текущему контролю знаний		30	30	
Подготовка и сдача экзамена	1,0	36	36	
Вид контроля:			Экзамен	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудитор- ная работа (СРС)
		Л	ЛПЗ	
Модуль 1. Теория медиакомму- никаций	54	6	12	36
Модульная единица 1 Класси- фикация теорий медиа. Основные подходы к изучению массовых коммуникаций.	24	2	4	18
Модульная единица 2 Теории информационного общества	30	4	8	18
Модуль 2. Практика медиа- коммуникаций	90	12	24	54
Модульная единица 1 Методо- логия и технология медиакомму- никационной деятельности	30	4	8	18
Модульная единица 2 Управле- ние медиакоммуникацией	60	8	16	36
Итого:	144	18	36	90

4.2. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1 Теория медиакоммуникаций.

Модульная единица 1Классификация теорий медиа. Основные подходы к изучению массовых коммуникаций.

Классификация основных теорий с точки зрения инструментария: социологические, философские, литературоведческие, лингвистические. Классификация основных теорий с точки зрения объектов исследования. Периодизация теорий. Изучение содержания коммуникации. Исследование канала коммуникации

Модульная единица 2 Теории информационного общества

Информационное общество как социально-философская парадигма. Правительственные и политические доктрины по переходу к информационному обществу. Концепция «индустрий воображаемого» как история инноваций в коммуникации. «Использование технологий» как современная концепция активного потребителя. Теории модернизации и их критика.

Модуль 2. Практика медиакоммуникаций

Модульная единица 1. Методология и технология медиа-коммуникационной деятельности

Информационный продукт массовой коммуникации. Понятия «информационная среда», «информационное поле», «информационные ресурсы», «информационная индустрия», «информационные технологии», «информационный рынок».

Культура коммуникации и информационная культура. Основные компоненты информационной культуры: культура создания, распространения и потребления массовой информации, медиа-культура, книжная культура, Интернет-культура, культура чтения, информационное образование массовой аудитории

Модульная единица 2. Управление медиакоммуникацией

Управление массовой коммуникацией: основные принципы, цели, задачи. Стратегический подход в управлении массовой коммуникацией.

Коммуникационный менеджмент. Развитие коммуникационного менеджмента в России и зарубежом.

Основные виды коммуникационного менеджмента: корпоративное позиционирование, социальный брендинг, внутрикорпоративный PR, регулирование конфликтов, лоббистская деятельность, создание профессиональных союзов и достижение взаимодействия с другими организациями.

Технологии управления массовой коммуникацией.

4.3. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Теория медиакоммуникаций		экзамен	6
	Модульная единица 1. Классификация теорий медиа. Основные подходы к изучению массовых коммуникаций.	Лекция 1 Введение в теорию медиакоммуникаций. Способы коммуникация в первобытных и древних обществах		0,5
		Лекция 2 - Зарождение массовой коммуникации в античности и техническое развитие медиакоммуникации		0,5
		Лекция 3 - Печатная периодика, массовое радиовещание, телевидение и интернет как этапы развития медиакоммуникаций		0,5
		Лекция 4 - Сущность и механизм коммуникационного взаимодействия в системе «массмедиа - массовая аудитория».		0,5
	Модульная единица 2 Теории информационного общества	Лекция 1 - Теории информационного общества и глобализации		1,0
		Лекция 2 - Зарождение массовой коммуникации и техническое развитие медиакоммуникации		1,0
		Лекция 3 - Печатная периодика, массовое радиовещание, телевидение и интернет как этапы развития медиакоммуникаций		2,0
2.	Модуль 2. Практика медиакоммуникаций		экзамен	12
	Модульная единица 1 Методология и технология медиакоммуникационной деятельности	Лекция 1 - Информационное общество и основные показатели его становления и развития. Массовая коммуникация в информационном обществе.		1,0
		Лекция 2 - Информационный		1,0

№ п/п	№ модуля и модульной едини- цы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контроль- ного меропри- ятия	Кол-во часов
		продукт массовой коммуника- ции.		
		Лекция 3 - Культура коммуника- ции и информационная культу- ра.		1,0
		Лекция 4 - Публицистика как высшая форма отражения дей- ствительности.		0,5
		Лекция 5 - Формы диалога в ре- кламе и PR.		0,5
	Модульная единица 2 Управление медиакоммуника- цией	Лекция 1 –Управление. Основ- ные принципы, цели, задачи.		1,0
		Лекция 2 - Развитие коммуника- ционного менеджмента в России и за рубежом.		1,0
		Лекция 3 - Основные виды коммуникационного менеджмен- та		1,0
		Лекция 4 -Категории структур- ного функционализма Массмедиа как социальный институт. Функции и дисфункции массмедиа. Массмедиа и соци- одинамика культуры. Коммуни- кации и медиа в теории само- референтных социальных систем		1,0
		Лекция 5- разработка рекламных и интегрированных марке- тингово-коммуникационных кампаний с использованием ин- терактивных и мультимедийных средств и в интерактивных средах		1,0
		Лекция 6 - разработка сопро- водительной документации ин- тегрированных маркетинго- вокоммуникационных кампаний с использованием интерактив- ных и мультимедийных средств и в интерактивных сре- дах		1,0
		Лекция 7 - Специальные теории медиа		2,0
	Итого:		Экзамен	18

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 Теория медиакommunikаций			12
	Модульная единица 1 Классификация теорий медиа. Основные подходы к изучению массовых коммуникаций.	Занятие 1 Введение в теорию медиакommunikаций. Способы коммуникация в первобытных и древних обществах	опрос	1,0
		Занятие 2 - История античной рекламы. Зарождение массовой коммуникации в античности и техническое развитие медиакommunikаций	практическое задание	1,0
		Занятие 3 - Печатная периодика, массовое радиовещание, телевидение и интернет как этапы развития медиакommunikаций	опрос	1,0
		Занятие 4 - Сущность и механизм коммуникационного взаимодействия в системе «массмедиа - массовая аудитория».	практическое задание	1,0
	Модульная единица 2 Теории информационного общества	Занятие 1 - Теории информационного общества и глобализации	опрос	2,0
		Занятие 2 - Зарождение массовой коммуникации и техническое развитие медиакommunikаций	практическое задание	2,0
		Занятие 3 - Печатная периодика, массовое радиовещание, телевидение и интернет как этапы развития медиакommunikаций	практическое задание	4,0
2.	Модуль 2 Практика медиакommunikаций			24
	Модульная единица 1 Методология и технология медиакommunikационной деятельности	Занятие 1 - Информационное общество и основные показатели его становления и развития. Массовая коммуникация в информационном обществе.	опрос	2,0
		Занятие 2 - Информационный продукт массовой коммуникации.	практическое задание	2,0
		Занятие 3 - Культура коммуникации и информационная культура.		2,0

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
		Занятие 4 - Публицистика как высшая форма отражения действительности.	опрос	1,0
		Занятие 5 - Формы диалога в рекламе и PR.	практическое задание	1,0
	Модульная единица 2 Управление медиакоммуникацией	Занятие 1 – Управление. Основные принципы, цели, задачи.	опрос	2,0
		Занятие 2 - Развитие коммуникационного менеджмента в России и за рубежом.	практическое задание	2,0
		Занятие 3 - Основные виды коммуникационного менеджмента	опрос	2,0
		Занятие 4 - Категории структурного функционализма Массмедиа как социальный институт.	практическое задание	2,0
		Занятие 5 - разработка рекламных и интегрированных маркетинго-во-коммуникационных кампаний с использованием интерактивных и мультимедийных средств и в интерактивных средах	опрос	2,0
		Занятие 6 - разработка сопроводительной документации интегрированных маркетинго-во-коммуникационных кампаний с использованием интерактивных и мультимедийных средств и в интерактивных средах	практическое задание	2,0
		Занятие 7 -Специальные теории медиа	опрос	4,0
	Итого		Экзамен	36

4.4. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний.

Самостоятельная работа студентов (СРС) организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно-исследовательскую работу, а также для систематического изучения дисциплины.

Применяются следующие формы организации самостоятельной работы:

- организация и использование электронного курса дисциплины размещенного на платформе LMS Moodle для СРС.
- работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекциях;
- самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;

- самотестирование по контрольным вопросам (тестам);

4.4.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
Модуль 1. Теория медиакommunikаций			10
	Модульная единица 1. Классификация теорий медиа. Основные подходы к изучению массовых коммуникаций.	Основные этапы формирования и развития средств медиакommunikации в обществе. Модели коммуникации и проблема перехода от монологических к диалогическим коммуникативным системам. Медиакommunikация как обобщение культурных опытов человечества. Определение сути теории медиакommunikации (массовой коммуникации) в трудах российских мыслителей и ученых: П.Флоренского, В.Вернадского, М.Бахтина, Г.Шпета, Р.Якобсона, Ю.Лотмана и других. Советская школа исследований медиакommunikации в 60 - 80-ые годы. Новейшие теоретические разработки в сфере медиакommunikации.	5
	Модульная единица 2. Теории информационного общества	Понятие и основные характерные черты массовой аудитории. Принципы коммуникации в массовой аудитории. Понятие массово-информационного процесса как разновидности массового общения. Виды и типы массовой коммуникации. Признаки и типы массовых информационных процессов. Направленность движения и смена состояний информационных потоков в медиакommunikации. Ожидаемый и реальный результаты массовых информационных процессов. Основные этапы в массовых информационных процессах. Многофакторность функционирования массовых информационных процессов. Понятие информационной культуры личности..	5
Модуль 2. Практика медиакommunikаций			20
	Модульная единица 1. Методология и технология медиакommunikационной деятельности	Информационное общество и основные показатели его становления и развития. Массовая коммуникация в информационном обществе. Информационный продукт массовой коммуникации. Понятия «информационная среда», «информационное поле», «информационные ресурсы», «информационная индустрия», «информационные технологии», «информационный рынок». Культура коммуникации и информационная культура. Основные компоненты информаци-	10

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
		онной культуры.	
	Модульная единица 2. Управление медиакоммуникацией	Публицистика как высшая форма отражения действительности. Подготовка материалов и выступлений в СМИ. Особенности выступлений в печати, на телевидении и радио. Формы диалога в рекламе и PR. Информационные аспекты формирования имиджа организации. Информационное обеспечение проведения презентации, пресс-конференции, брифинга. Рекламная деятельность в СМИ. Паблик рилейшнз в СМИ	10
	Подготовка к текущему контролю знаний		30
	Подготовка курсового проекта		30
	ВСЕГО:		90

4.4.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы

Выбор темы курсового проекта осуществляется студентом по его желанию из предлагаемого перечня тем. Представленные темы курсовых работ включают в себя достаточно большой перечень проблем для исследования.

Тематика курсового проекта

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)
1.	Живой Журнал: история возникновения, влияние на медиасреду.	1,2,3,4,5,6
2. ...	Мультимедийное функционирование культуры и дискуссии об авторских правах.	1,2,3,4,5,6
3. ...	Новости в мультимедийную эпоху: слом форматов.	1,2,3,4,5,6
4.	История измерений аудитории радио (печатной прессы) в России	1,2,3,4,5,6

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)
5.	Проекты измерения онлайн медиа в России	1,2,3,4,5,6
6.	Методы оценки объемов рекламных рынков	1,2,3,4,5,6
7.	Режи Дебрэ и его концепция медиологии	1,2,3,4,5,6
8.	Теории публичной сферы и коммуникативного действия Ю. Хабермаса	1,2,3,4,5,6
9.	Технологии автоматизированного мониторинга рекламы	1,2,3,4,5,6
10.	Методы онлайн тестирования рекламных сообщений	1,2,3,4,5,6
11.	Функциональный анализ СМИ	1,2,3,4,5,6
12.	Влияние фрагментации телевизионной аудитории на программные стратегии медиаигроков.	1,2,3,4,5,6
13.	Оригинальные и заимствованные форматы на российском телевидении: анализ успешной и неудачной адаптации.	1,2,3,4,5,6

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)
14.	Стратегии поведения нового игрока на телевизионном рынке.	1,2,3,4,5,6
15.	Особенности конкурентной борьбы на телевизионном рынке.	1,2,3,4,5,6
16.	Специфика дистрибуции телевизионного контента.	1,2,3,4,5,6
17.	Технологии продвижения телевизионного канала.	1,2,3,4,5,6
18.	Инновации в производстве телевизионного контента.	1,2,3,4,5,6
19.	Основные приемы телевизионного программирования.	1,2,3,4,5,6
20.	Роль промоушна в развитии бренда телевизионной компании.	1,2,3,4,5,6
21.	Принципы формирования целевой аудитории телеканалов.	1,2,3,4,5,6

Защита курсового проекта осуществляется согласно календарному графику самостоятельной работы студента.

Главными **критериями оценки** являются:

– направленность работы (преимущественно теоретическая или практическая).

Проведение студентом самостоятельных исследований и расчетов повышает ее оценку;

– логика, аргументированность и степень самостоятельности в изложении материала. Работы, содержащие прямые заимствования без ссылок на источники, к защите не допускаются. Студент в этом случае получает неудовлетворительную оценку;

– количество и качество использованных источников, статистических и первичных материалов. При написании курсового проекта должно быть использовано не менее *десяти* различных источников;

– качество оформления. Работы, небрежно или неверно оформленные, оцениваются низкими баллами и даже могут быть не допущены к защите.

Курсовые проекты оцениваются по 5-балльной системе: 5 – «отлично», 4 – «хорошо», 3 – «удовлетворительно», 2 – «неудовлетворительно».

Студент, получивший неудовлетворительную оценку, в течение месяца должен написать новую работу или переработать старую. Студент, не представивший к защите работу в установленные сроки, не допускается к экзаменам по курсу.

Окончательная оценка курсового проекта производится после ее защиты и с учетом ее итогов. Защиту принимает руководитель работы, а в необходимых случаях и другие преподаватели кафедры.

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ЛПЗ	СРС	Вид контроля
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	M1, M2	M1,M2	M1,M2	Курсовой проект, экзамен

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Таблица 9

Кафедра Логистика и маркетинг в АПК
Направление подготовки (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Дисциплина Теория и практика медиакоммуникаций

Вид занятия	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Основная										
	Теория и практика массовой информации	А.Г. Киселев	М. : «КноРус»	2016	+		+			5
	Основы рекламы	Г.А. Васильев, В.А. Поляков	М. : Вузковский учебник	2009	+		+			15
	Маркетинговые коммуникации	Е.Н. Голубкова	М. : «Финпресс»	2003	+		+			14
	Прикладной маркетинг	Н.А. Нагапетьянц	М. : Юнити	2000	+		+			26
	Рекламная деятельность	О.Н. Жильцова	М. : Маркетинг, М. :Юрайт	2019		+				http://biblio-online.ru/bcode/433656
	Маркетинг	М.Н. Григорьев	М. :Юрайт	2012	+		+			12
Дополнительная										

	Технология рекламы и PR	Б.Л. Борисов	М. : ФАИР-ПРЕСС	2001	+		+			3
	Связи с общественностью	О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2018		+				https://biblio-online.ru/bcode/413802
	Теория и практика связей с общественностью	С.М. Емельянов	М. : Юрайт	2018		+				https://biblio-online.ru/bcode/415427
	Реклама: теория и практика	Л.Н. Федотова	М. : Юрайт	2018		+				https://urait.ru/bcode/413192
	Реклама и связи с общественностью	И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2019		+				https://urait.ru/bcode/425190
	Основы интегрированных коммуникаций	В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед	М. : Юрайт	2019		+				https://biblio-online.ru/bcode/425906
	Маркетинговые исследования	Д.В. Тюрин	М. : Юрайт	2019		+				https://biblio-online.ru/bcode/425844
	Брендинг	И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин	М. : Юрайт	2019		+				https://biblio-online.ru/bcode/425868
	Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг	М.А. Николаева	Екатеринбург: УрГПУ	2017		+				https://e.lanbook.com/book/159004

Директор Научной библиотеки

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

1. Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на платформе LMS Moodle – Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>
2. Научная библиотека Красноярский ГАУ – Режим доступа: <http://www.kgau.ru/new/biblioteka/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
4. СПС «Консультант Плюс» – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Лань» – Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
6. Электронная библиотечная система «Юрайт» – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>
7. «Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия», - Раздел «Техника/ Компьютеры и Интернет» – Режим доступа: <https://megabook.ru/>

Информационно- поисковые системы:

- Google – Режим доступа: <http://www.google.com>
- Yandex – Режим доступа: <http://www.yandex.ru>
- Rambler – Режим доступа: <http://www.rambler.ru>

Другие материалы к занятиям:

- Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 23.04.2018) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации".
- Указ Президента Российской Федерации от 5 декабря 2016 г. №646 «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации»
- Распоряжение правительства РФ от 20 июля 2013 года №1268-р «Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014–2020 годы и на перспективу до 2025 года»
- Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

6.3 Программное обеспечение

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Программа для обработки растровой графики Photoshop Extended (Лицензия от №9093867 18.08.2011).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущая аттестация бакалавров производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- тестирование;
- опрос;
- выполнение практических заданий.

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена.

Рейтинг – план дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	54	45
2	Модуль № 2	90	40
	Экзамен	36	15
	Итого	180	100

В фонде оценочных средств по дисциплине «Теория и практика медиакоммуникаций», в котором детально прописаны критерии оценивания по текущей и промежуточной аттестации.

Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ				Итого
		Опрос	Практические	Тест	Экзамен	
1	Модуль № 1	25	-	20	-	45
2	Модуль № 2	10	20	10	-	40
	Экзамен	-	-	-	15	15
	Итого	35	20	30	15	100

Промежуточный контроль (экзамен)

Промежуточный контроль по результатам семестрам по дисциплине проходит в форме контрольного итогового тестирования.

Для допуска к промежуточному контролю бакалавр должен набрать необходимое количество баллов по итогам текущей аттестации – **40-60** баллов.

Итоговое тестирование включает в себя тестирующие материалы по всему курсу «Теория и практика медиакоммуникаций» (10 тест-заданий в одном варианте).

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Бакалавр, давший правильные ответы 85-100% тестирующих материалов (1-2 ошибки), получает максимальное количество баллов – 15баллов.

Бакалавр, давший правильные ответы в пределах 70-85% тестирующих материалов (3 ошибки), получает 10 балла.

Бакалавр, давший правильные ответы в пределах 60-70% (4 ошибки) тестирующих материалов, получает 5 баллов.

Бакалавр, давший правильные ответы на менее чем 60% тестирующих материалов, не набирает баллов и приходит на контрольное тестирование повторно.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации и выводится итоговая оценка по следующим критериям:

от 65 и более баллов - бакалавр получает «отлично» по дисциплине «Теория и практика медиакоммуникаций».

8.Материально-техническое обеспечение дисциплины

Компьютерный класс 2-17 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебная аудитория 4-26 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И»).

Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, общая локальная компьютерная сеть Internet, 11 компьютеров на базе процессора Intel Core i3 в комплектации с монитором Samsung и др. внешними периферийными устройствами, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук Acer Aspire 5, переносной экран на треноге Medium Professional, переносной проектор Epson EB-X8 2500 со встроенными динамиками.

Программное обеспечение:

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Программа для обработки растровой графики Photoshop Extended (Лицензия от №9093867 18.08.2011).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

9.1 Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной потоочно-групповой системы обучения. При потоочно – групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение одного семестра: для бакалавров – 2 семестр.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность:

- изучение отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Бакалавры перед изучением дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач (кейс-стади);
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2 Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - 1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
 - 1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - 1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья слуху:
 - 2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - 3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	• в печатной форме; • в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в печатной форме увеличенным шрифтом; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в печатной форме; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработала:
Борзых А.Ю.

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
«Теория и практика медиакоммуникаций»
для направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)»

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» составлена в соответствии с Федеральным государственным стандартом ВО.

В программе определены цели и задачи учебной дисциплины, перечень тем и разделов, которые должны изучить студенты, а также основные требования к уровню подготовки и объему знаний, которым должны обладать студенты по каждой из перечисленных тем.

Согласно программе, основной целью курса является формирование у студентов системного представления о современных теоретических подходах к изучению медиакоммуникаций при демонстрации значимости междисциплинарного знания в области медиаисследований. Программа отвечает современным требованиям к учету в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Программа предусматривает разноуровневое обучение и отражает индивидуальный подход к обучающимся, содержит все необходимые темы, обеспечивающие требования к качественной подготовке учащихся.

В программе четко определены модули и темы, содержание учебного материала, а также знания, умения и навыки, которыми должен овладеть студент, отображено распределение учебных часов по модулям учебной дисциплины.

Содержание программы соответствует государственным требованиям к содержанию и уровню подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)», и может быть рекомендована для использования в высших учебных заведениях.

Рецензент:

Главный редактор
журнала «Агро-Сибирь»



Анисимова О.И.