

лист 15

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Владимирский государственный университет
 имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
 (ВлГУ)



А.А. Панфилов
 « 19 » 08 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СИСТЕМЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ

Направление подготовки - 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль/программа подготовки

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения – заочная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
5	4/144	16			101	Экзамен (27 ч.)
Итого	4/144	16			101	Экзамен (27 ч.)

Владимир – 2016

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью данного курса «Массовая коммуникация в системе общественных отношений» является изучение студентами такого явления как массовая коммуникация в системе общественных отношений, координации данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачами курса являются:

1. дать основы коммуникативного знания, рассмотреть вопросы методологии коммуникативных процессов;
2. изучить проблемы теории коммуникации в контексте современных представлений.
3. Исследовать различные виды и уровни коммуникации.
4. Уделить особое внимание видам профессионально-ориентированной коммуникации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Массовая коммуникация в системе общественных отношений» входит в базовую часть учебного плана (Б1.Б.14). Наряду с дисциплинами базовой части «Основы теории коммуникации», «Общая теория коммуникации и массовой информации», «Социология массовой коммуникации», «Теория и практика массовой информации» дают полные знания о сущности и особенностях категории коммуникации, ее структуре, типологии, возможностях, что необходимо для проведения коммуникационных кампаний PR-специалистом.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1.Знать:

- знать методы социологических исследований (ПК-10)

2.Уметь:

- уметь проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5)

- уметь планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4)

3. Владеть

- владеть способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Экзамен	Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости и (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР			
1	Массовая коммуникация: основы теории и практики.	5		2				12			1/33%	
2	Теории массовой коммуникации	5		2				12			1/33%	
3	Массовые коммуникации в различных сферах общества.	5		2				12			1/33%	
4	Каналы и жанры массовой коммуникации	5		2				13			1/33%	
5	PR как форма массовой коммуникации	5		2				13			1/33%	
6	Реклама как форма массовой коммуникации	5		2				13			1/33%	

7	Тенденции развития массовой коммуникации.	5		2			13			1/33%	
8	Социологические исследования массовой коммуникации.	5		2			13			1/33%	
ИТОГО за семестр		5		16			101			8/33%	экзамен

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Занятия по дисциплине проводятся в форме лекций. Теоретический курс предусматривает самостоятельную работу студентов. На занятиях используется мультимедийное оборудование. Она определяется заданием на практическое занятие. Используются следующие формы обучения:

1. **Лекция-презентация** с целью ознакомления студента с материалом темы дисциплины. Рекомендуется конспектировать подобную лекцию «тезисно».

2. **Лекция-беседа** позволяет привлечь внимание студентов к важным вопросам темы. Наиболее распространенная форма активного вовлечения студента в учебный процесс.

3. **Опрос** – метод устного контроля результатов обучения.

4. **Письменная домашняя работа** – конспект основных идей того или иного ученого в рамках исследуемой темы.

5. **Практические занятия** проводятся в соответствии с планом тематического курса.

8 часов занятий проводятся с использованием интерактива, что составляет 50 % от общего количества часов.

6.ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Вопросы для самостоятельной работы

1. Возникновение первых газет в России и за рубежом
2. Причины монополизации прессы.
3. Основные характеристики информационной инфраструктуры.
4. Законодательное обеспечение свободы слова.
5. Сущность и содержание цензуры.
6. Понятие информационного общества.
7. Основные принципы российской информационной политики.
8. Появление и развитие электронных СМИ.
9. Характеристика и классификация современных российских СМИ.
10. Общая характеристика современных СМИ в зарубежных странах.
11. Четыре теории прессы: общая характеристика.
12. Принципы классификации периодических изданий.
13. Особенности развития радио.
14. Эффект воздействия телевидения.
15. Роль Интернета в информационном процессе.
16. Информационные и рекламные агентства.
17. Агентства в сфере общественных связей.
18. Стандарты качества информации.
19. Связи с общественностью в редакционной структуре.
20. Особенности маркетинга прессы. Распространение издания.
21. Оценка спроса и стимулирование сбыта.
22. Маркетинг электронных СМИ.
23. Интернет.
24. Приемы психологического воздействия на аудиторию.
25. Редакция и аудитория. Цели СМИ и информационные предпочтения аудитории.
26. Реклама на телевидении и радио.
27. Организация рекламной деятельности.
28. Приемы связи со СМИ: устные контакты, информационный пакет.
29. PR во властных структурах.
30. Пресс-службы в коммерческих структурах.

Примерный перечень вопросов на экзамен

1. Роль и значение массовой коммуникации в современном мире. Актуальность изучения массовой коммуникации.
2. Содержание и границы понятий коммуникации и массовой коммуникации.
3. Массовая коммуникация: определение. Структурные составляющие коммуникационных процессов.
4. Особенности информационных процессов в обществах традиционного и современного типа. Типологии современных средств массовой коммуникации.
5. Основные этапы развития СМК в России XX века.
6. Основные характеристики современного состояния российских СМК.
7. Основные направления исследований производства медиа-продукции.
8. Основные направления исследований содержания медиа-продукции.
9. Основные направления исследований потребления медиа-продукции.
10. Массовая коммуникация как социальная система.
11. Функции массовой коммуникации: уровень общества. Функции массовой коммуникации: индивидуальный уровень.
12. Структурно-функциональные модели современных систем массовой коммуникации.
13. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации.
14. Интерпретативный поворот в исследованиях СМК и его основные характеристики.
15. Структура новости (Такман, Кольцова).
16. Основные управленческие стратегии в медиа-организациях (по Г.Дэвису).
17. Основные понятия Стюарта Холла (первичные и вторичные определители, типы прочтения медиа-текстов).
18. Семиотические подходы к анализу содержания медиа-продукции, их возможности и ограничения.
19. Применение категорий Барта в работах Джона Фиска по телевидению.
20. СМК и гражданское общество: концептуальный аспект.
21. Принцип свободы печати: прошлое и настоящее.
22. Нормативные теории: типология взаимоотношений средств массовой коммуникации и государства.
23. Структурные и политические ограничения в освещении конфликтов в СМК.
24. Медиа в системе отношений «рынок - государство – общество».
25. Телеорганизации: общественные формы владения.
26. Формы частного владения средствами массовой коммуникации.

27. Регламентирующая деятельность государства.
28. Основные механизмы регулирования СМК во время выборов (по Мицкевич-Файерстоуну).
29. Массовая коммуникация в контексте глобализации. Массовая коммуникация и развитие.
30. Основные понятия Маршалла МакЛюэна и Мануэля Кастельса в отношении масс медиа.
31. Средства массовой коммуникации в условиях зависимого развития. Движение за «новый мировой информационный порядок».
32. Концепция «плюрализма мировых коммуникаций». Массовая коммуникация в условиях глобализации.
33. Понятия публичной сферы Юргена Хабермаса и медиатизированной публичной сферы Дж.Б.Томпсона.
34. Структура и составные части медиа-кампаний.
35. Возможности и ограничения прямой и косвенной рекламы в СМК (согласно Малкину-Сучкову).
36. Конкретные модели эффектов МК: установление пунктов «повестки дня»; «спираль молчания»; теории информационного дефицита; модель зависимости эффектов массовой коммуникации; подход «полезности и удовлетворения потребностей».

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основная литература.

1. Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 252 с.
2. Шарков Ф. И. Коммуникология: социология массовой коммуникации: Учебное пособие - 2-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 320 с.
3. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.

Дополнительная литература.

1. Осипова Е.А. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства / - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с.
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс]: Уч. пос. / Ф. И.

Шарков. - М.: Дашков и К, 2012. - 336 с. - ISBN 978-5-394-00783-5
(<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=414955>)

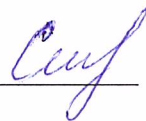
3. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Е.А. Кожемякин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 189 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006584-7, 500 экз.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория 229-3, оснащенная мультимедийным оборудованием и выходом в интернет

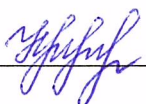
Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Рабочую программу составил ст. преподаватель кафедры ЖРСО Смылова Л.В.



Рецензент

(представитель работодателя)

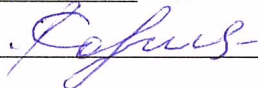
 Марина А.М., к.пол. наук, доц. каф. ЖРСО

(место работы, должность, ФИО,
подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.08.16 года

Заведующий кафедрой

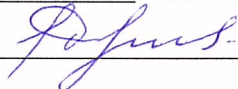


Говердовская-Привезенцева С.А.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 1 от 29.08.16 года

Председатель комиссии



Говердовская-Привезенцева С.А.

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____