

2016

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



УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по образовательной деятельности

_____ А.А.Панфилов
« 29 » 08 _____ 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
(наименование дисциплины)

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
2	6/216		54		126	Экзамен(36), КР
Итого	6/216		54		126	Экзамен(36), КР

Владимир
2016

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины Теория и практика массовой информации являются

- изучение закономерностей функционирования массовой информации в обществе;
- ознакомление с особенностями возникновения и развития теорий массовой информации как социального процесса;
- ознакомление с историей возникновения и развития журналистики как вида деятельности;
- анализ особенностей журналистского творчества, ознакомление с жанровой спецификой журналистики;
- изучение производственных характеристик функционирования системы массовой информации и особенностей работы СМИ как предприятия;
- ознакомление студентов с особенностями организации работы редакции СМИ, освоение методов исследования массовой информации;
- изучение технологии организации и проведения коммуникационных кампаний.

Применительно к подготовке специалиста по связям с общественностью в курсе «Теория и практика массовой информации» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы структур, занятых этими видами деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебный курс «Теория и практика массовой информации» входит в базовую часть Блока 1 учебного плана ОПОП и логически и методически связан с учебными дисциплинами «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Организация и проведение PR-кампаний», «Основы медиапланирования».

Для успешного освоения курса «Теория и практика массовой информации» студент должен иметь представления о закономерностях развития общественных отношений, знать основы теории коммуникации, иметь начальные представления о деятельности СМИ.

Учебный курс «Основы теории коммуникации» необходим как предшествующий изучению дисциплин «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Организация и проведение PR-кампаний».

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать:

- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- особенности организации и проведения коммуникационных кампаний (ОПК-4);

2) Уметь:

- планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

3) Владеть:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, сфере торговли (ПК-12).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 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 (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР			
1	Массовая информация как социальное явление. Теории массового общества и массовой информации	2	1		4			7			4/100%	
2	Глобализация	2	2		2			5			2/100%	

	информационных процессов и информационное общество											
3	Система СМИ: печать, радио, телевидение	2	3		4		7			4/100%		
4	Журналистское творчество как профессиональная деятельность	2	4		2		5			2/100%		
5	Исторические типы журналистик и	2	5		4		7			4/100%	Рейтинг-контроль 1	
6	Журналистское произведение как текст: жанровые разновидности	2	6-9		12		27			12/100%		
7	Особенности журналистского расследования	2	10-11		4		7			4/100%		
8	Требования, предъявляемые к журналистике. Правовые и этические нормы в СМИ	2	11-12		4		7			4/100%	Рейтинг-контроль 2	
9	Организация редакции СМИ	2	12		2		5			2/100%		
10	Техническое оснащение СМИ. История полиграфии. Верстка и дизайн.	2	13		4		7			4/100%		
11	Организация и проведение коммуникационных кампаний	2	14-17		12		28			12/100%		
12	СМИ как четвертая власть	2	18		2		7			2/100%	Рейтинг-контроль 3	
ИТОГО					54		126			54/100%	Экзамен(36), КР	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Коллоквиумы, практикумы, конференции, экскурсии в СМИ и типографии, встречи с руководителями СМИ, мастер-классы журналистов, творческие задания, деловые игры, курсовые работы, рейтинговая аттестация студентов.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах составляет 54 часов или 100 % аудиторных занятий. Занятия лекционного типа составляют 0 часов или 0% аудиторных занятий (определяется соответствующим ФГОС).

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. Оцените пражурналистские явления в античном мире, средневековой Европе и допетровской России.
2. Почему в XIX и особенно в XVIII веках в России издатели отдавали предпочтение не газете, а журналу?
3. Назовите крупнейшие транснациональные монополии, владеющие СМИ.
4. Каковы особенности информационной инфраструктуры в разных странах?
5. Нужна ли в современных условиях цензура?
6. В чем суть глобализации информационных процессов?
7. Какие проблемы необходимо решить на пути к глобальному информационному пространству?
8. Возможен ли сегодня «персональный журнализм»?
9. Когда в обиход вошли такие понятия, как «газета», «журнал», «журналистика»?
10. Когда появилось понятие «пропаганда»?
11. В чем особенность «нового журнализма»?
12. Что такое «концептуальная журналистика»?
13. Какие типы газет вы знаете?
14. При каких условиях в системе СМИ могут мирно существовать газеты полярных идеологических направлений?
15. В чем особенность современных качественных газет?
16. Почему Интернет причисляют к СМИ?
17. Какой формат радио для вас наиболее привлекателен и почему?
18. Раскройте типологию телевидения.
19. Как работает редакция?
20. Назовите основные источники информации?
21. В чем причины экономических трудностей СМИ?
22. Каковы экономические условия независимости СМИ?
23. В каких случаях СМИ может обойтись без рекламы?
24. Что такое принципы и комплекс маркетинга?
25. Какова программа изучения рынка массовой аудитории?
26. Приведите примеры удачного и неудачного сегментирования СМИ на рынке.
27. Рассчитайте модель рентабельной газеты, выбрав любой вариант (тираж 5, 10, 25, 50, 75, 100 и 300 тысяч экземпляров; объем 4, 8, 16, 32, 64 полос.
28. Какова структура бюджета телерадиокомпании, информационного агентства?
29. Что такое бизнес-план СМИ? Каковы его разделы?
30. Назовите современные информационные технологии в периодической печати, на

- телевидении и радио?
31. Какова роль Интернета в творчестве журналиста?
 32. Подготовьте интервью, реплику, комментарий на любую актуальную тему.
 33. Подготовьте сценарий передачи «Факт и комментарий» для радио, телевидения.
 34. В чем разница между зарисовкой и очерком, сатирической заметкой и фельетоном, фельетоном и памфлетом?
 35. Составьте прогноз развития жанров в современных СМИ?
 36. В чем разница между расследованием и исследованием в журналистике?
 37. Какие приемы и методы используются при проведении журналистского расследования?
 38. Что такое демонстрация?
 39. Какова связь между принципами и функциями журналистики?
 40. Каковы методы перевода потенциальной информации в реальную?
 41. В чем суть интерактивной журналистики?
 42. Какова роль социологических исследований в масс-медиа?
 43. Раскройте систему журналистского права в России.
 44. В чем причины информационных войн и борьбы компроматов?
 45. В чем разница между служебной и профессиональной этикой журналиста?
 46. Кто и в каких случаях может закрыть газету или приостановить ее выпуск?
 47. Что входит в формулу «Четыре пи»?
 48. К различным рекламным объявлениям придумать на скорость слоганы – в течение получаса. Обсудить в группе качество, определить победителя (1 слоган = 1 балл).
 49. Приведите примеры ненадлежащей рекламы.
 50. Чем политическая рекламная кампания отличается от коммерческой?
 51. Функции СО в СМИ.
 52. Приемы связи со СМИ: устные контакты, информационный пакет.
 53. Пресс-конференция. Брифинг.
 54. ПР во властных структурах.
 55. Пресс-службы в коммерческих структурах.
 56. Подготовьте пресс-релиз, используя оперативный или информационный повод.
 57. Журналист пишет о событии. А пиармен?
 58. Вуз заканчивают трое: журналист, рекламист, специалист по СО. Общее и особенно в выпускниках?
 59. Перечислите жанры информационного пакета ПР.
 60. Проанализируйте выпуск газеты с точки зрения шрифтового оформления (кегли, гарнитуры, начертание, насыщенность, емкость, достоинство и недостатки).
 61. Сделайте анализ верстки газеты.
 62. Сделайте анализ набора основного текста газета (абзацы, пробелы, переносы, ширина колонок, апрош, интерлиньяж, выключка строк, выделения в тексте и т.д.).
 63. В чем особенности цифровой печати?
 64. Что такое социожурналистика?
 65. В чем причины внутриредакционных конфликтов?

Рейтинг-контроль

Рейтинг-контроль 1

1. Аналитическая работа «История журналистики в XX веке»
2. Аналитическая работа «Исторические типы журналистики»
3. Аналитическая работа «История теле- и радиожурналистики»

Рейтинг-контроль 2

1. Опрос терминологический «Жанры журналистского творчества»
2. Аналитическая работа «Жанровая характеристика номера газеты»
3. Аналитическая работа «Характеристика верстки номера газеты»

Рейтинг-контроль 3

1. Аналитическая работа «Обоснование роли СМИ в обществе как четвертой власти».

Темы курсовых работ

1. Причины возникновения журналистики.
2. Развитие массовой прессы в России и за рубежом.
3. Общее и особенное в процессе монополизации прессы в России и за рубежом.
4. Общее и особенное в формировании и развитии информационной инфраструктуры в различных странах.
5. Законодательное обеспечение свободы слова.
6. История цензуры.
7. Глобализация информационных процессов как частный случай глобализации мирового развития.
8. Проблемы формирования и развития информационного общества в России.
9. Основные принципы российской информационной политики.
10. Исторические типы журналистики
11. Особенности развития журналистики в XX веке.
12. Появление и развитие электронных СМИ.
13. Характеристика и классификация современных российских СМИ.
14. Общая характеристика современных СМИ в зарубежных странах.
15. Основная характеристика современных концепций прессы.
16. Четыре теории прессы: сущность и содержание.
17. Принципы классификации периодических изданий.
18. Особенности развития радио.
19. Эффект воздействия телевидения.
20. Роль Интернета в информационном процессе.
21. Редакторская работа с журналистским материалом.
22. Источники информации: индивидуальные, коллективные, документальные.
23. Корреспондентская сеть: структура и основные функции.
24. Редакционные базы данных.
25. Стандарты качества информации.
26. Связи с общественностью в редакционной структуре.
27. Особенности маркетинга прессы.
28. Маркетинг СМИ и социология журналистики.
29. Процесс создания журналистского произведения.
30. Виды анализа и его роль при подготовке журналистского произведения.
31. Общая характеристика журналистского произведения.
32. Жанровые разновидности журналистского текста: основы классификации.
33. Информационные жанры, их характеристика.
34. Аналитические жанры и их характеристика.
35. Характеристика художественно-публицистических жанров.
36. Понятие «журналистское расследование».
37. История журналистских расследований в России и за рубежом. Особенности журналистского исследования-расследования.
38. Журналистика как фактор развития общественного сознания.
39. Анализ противоречий как метод журналистики.
40. Интерактивность журналистики и ее проблемы.
41. Редакция и аудитория.
42. Законодательство в сфере журналистики.
43. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности.
44. Зависимость результативности журналистики от использования маркетинговых коммуникаций.
45. Понятие и история рекламы.
46. Организация рекламной деятельности.
47. История журналистского образования.
48. Журналист в условиях рынка.

Примерные вопросы для экзамена

1. Причины возникновения журналистики.
2. Возникновение первых газет за рубежом.

3. Возникновение первых газет в России.
4. Развитие массовой прессы в России и за рубежом.
5. Причины монополизации прессы.
6. Общее и особенное в процессе монополизации прессы в России и за рубежом.
7. Российские империи СМИ.
8. Крупнейшие собственники СМИ за рубежом.
9. Понятие информационной инфраструктуры.
10. Основные характеристики информационной инфраструктуры.
11. Общее и особенное в формировании и развитии информационной инфраструктуры в различных странах.
12. Законодательное обеспечение свободы слова.
13. Сущность и содержание цензуры.
14. Причины глобализации информационных процессов.
15. Основные характеристики глобализационных процессов.
16. Понятие информационного общества.
17. Проблемы формирования и развития информационного общества в России.
18. Основные принципы российской информационной политики.
19. Социально-классовые и идеологические основания для выделения исторических типов журналистики.
20. Эпоха «персонального журнализма».
21. Феодално-монархическая, буржуазная, религиозно-клерикальная журналистика, журналистика социалистической и коммунистической ориентации.
22. Особенности развития журналистики в XX веке.
23. Появление и развитие электронных СМИ.
24. Характеристика и классификация современных российских СМИ.
25. Общая характеристика современных СМИ в зарубежных странах.
26. Дискуссии о сущности прессы, ее роли в обществе, отношении с государственными и другими структурами.
27. Гуманитарно-демократическое и марксистское течения в оценке роли прессы в обществе.
28. Основная характеристика современных концепций прессы.
29. Четыре теории прессы: общая характеристика.
30. Модели развивающихся стран и демократического участия.
31. Принципы классификации периодических изданий.
32. Особенности развития радио.
33. Эффект воздействия телевидения.
34. Роль Интернета в информационном процессе.
35. Информационные и рекламные агентства.
36. Агентства в сфере общественных связей.
37. Структура редакции.
38. Редактор и его функции.
39. Редакторская работа с журналистским материалом.
40. Источники информации: индивидуальные, коллективные, документальные.
41. Корреспондентская сеть: структура и основные функции.
42. Редакционные базы данных.
43. Рынок типографских услуг.
44. Стандарты качества информации.
45. Связи с общественностью в редакционной структуре.
46. Особенности маркетинга прессы. Распространение издания.
47. Оценка спроса и стимулирование сбыта.
48. Исследование рынка. Сегментирование. Позиционирование издания.
49. Маркетинг электронных СМИ.
50. Маркетинг СМИ и социология журналистики.
51. Государственные дотации СМИ. Кредитование.
52. Ценообразование, себестоимость.
53. Поиск оптимальной финансовой модели СМИ.
54. Типология творческой деятельности журналиста: редакторская, авторская.
55. Характер творческого процесса.
56. Процесс создания журналистского произведения.

57. Виды анализа и его роль при подготовке журналистского произведения.
58. Структура журналистского произведения.
59. Интернет и его использование журналистом.
60. Использование технических средств в процессе журналистской деятельности.
61. Общая характеристика журналистского произведения.
62. Типология текстов.
63. Жанровые разновидности журналистского текста: основы классификации.
64. Информационные жанры, их характеристика.
65. Аналитические жанры и их характеристика.
66. Характеристика художественно-публицистических жанров.
67. Понятие «журналистское расследование».
68. История журналистских расследований в России и за рубежом.
69. Особенности журналистского исследования-расследования.
70. Факты и версии. Конфликты и их анализ.
71. Методика написания текста.
72. Способы аргументации.
73. Приемы психологического воздействия на аудиторию.
74. Сущность и содержание результативности журналистики: действенность и эффективность.
75. Журналистика как фактор развития общественного сознания.
76. Анализ противоречий как метод журналистики.
77. Интерактивность журналистики и ее проблемы.
78. Редакция и аудитория. Цели СМИ и информационные предпочтения аудитории.
79. Законодательство в сфере журналистики.
80. Этика журналиста.
81. Понятие «компромата».
82. Проблема «скрытой рекламы».
83. Проблема факта и комментария.
84. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности.
85. Понятие и история рекламы.
86. Содержание и форма рекламного объявления в газете.
87. Реклама на телевидении и радио.
88. Организация рекламной деятельности.
89. Приемы связи со СМИ: устные контакты, информационный пакет.
90. Пресс-конференция. Брифинг.
91. PR во властных структурах.
92. Пресс-службы в коммерческих структурах.
93. Полиграфическая техника и полиграфические процессы.
94. Верстка и печать. Дизайн полиграфических изданий.
95. Основные технологические схемы выпуска газетно-журнальной продукции.
96. Фотография, техника фотосъемки.
97. Техника радио.
98. Эфирное телевидение. Кабельное телевидение. Спутниковое телевидение.
99. Компьютерная техника в производстве современной прессы, в работе редакций.

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

а) 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.: 60x90 1/16. -. (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006505-2 // [www/znanium.com](http://www.znanium.com)

2. Тертычный А.А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для вузов / А. А. Тертычный. - 5-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2014. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707298.html>
3. Чумиков А.Н. Медиарилейшнз [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2014. - (Серия "Современные технологии PR. Мастер-класс")." - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707151.html>
4. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2014. - (Серия "Современные технологии PR. Мастер-класс")." - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707496.html>
5. Киселев, Александр Григорьевич. Теория и практика массовой информации : подготовка и создание медиатекста : [учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки "Связи с общественностью"] / А. Г. Киселёв. - Санкт-Петербург : Питер, 2011. - 399с. (Библиотека ВлГУ)

б) дополнительная литература*:

1. Гундарин, Михаил Вячеславович. Теория и практика связей с общественностью. Основы медиа рилейшнз: учебное пособие для вузов по специальности «Связи с общественностью» / М.В. Гундарин. – 2-е изд., испр. И доп. – Москва: Форум, 2011. – 311 с.: ил., табл. – (Высшее образование). – Бимблиогр.: с. 307-308. - ISBN 5-91134-464-1. (Библиотека ВлГУ).
2. Нечаева, И.И. Методические рекомендации по дисциплине «Связи с общественностью»/ И.И. Нечаева, С.Ю. Соколова, В.С. Щитко; Владимирский государственный университет (ВлГУ), Кафедра социологии. – Владимир: Владимирский государственный университет (ВлГУ), 2007. – 28 с. (Библиотека ВлГУ)
3. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. / Г. П. Бакулев. - М. : Аспект Пресс, 2010. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705645.html>
4. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации. Учебник// СПб.: Изд. Михайлова В.А., 2006

в) периодические издания:

1. Журнал «Медиа-бизнес»
2. Журнал «Пресс-служба»

г) интернет-ресурсы:

ПР-портал Sovetnik [электронный ресурс]: <http://www.sovetnik.ru/>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудтория 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 С.Ю. Соколова доцент, к.филос.н., С.Ю.Соколова
(ФИО, подпись)

Рецензент Директор ГТРК «Владимир» Филинов А.Н. А.Н. Филинов
(ФИО, подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.08.16 года

Заведующий кафедрой С.А. Говердовская-Привезенцева Говердовская-Привезенцева С.А.
(ФИО, подпись)

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 С.А. Говердовская-Привезенцева Говердовская-Привезенцева С.А.
(ФИО, подпись)