

**Частное образовательное учреждение высшего образования
"Ростовский институт защиты предпринимателя"**

(г. Ростов-на-Дону)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор
Паршина А.А.

**Теория и практика массовой информации
рабочая программа дисциплины (модуля)**

Учебный план 42.03.01_ЗФО_2023.plx
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **8 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 288

в том числе:

аудиторные занятия 38

самостоятельная работа 239

контактная работа во время
промежуточной аттестации (ИКР) 2,3

часов на контроль 8,7

Виды контроля на курсах:

экзамены 3

зачеты 2

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		3		Итого	
	уп	рп	уп	рп		
Лекции	8	8	10	10	18	18
Практические	10	10	10	10	20	20
Иная контактная работа	0,1	0,1	2,2	2,2	2,3	2,3
Итого ауд.	18	18	20	20	38	38
Контактная работа	18,1	18,1	22,2	22,2	40,3	40,3
Сам. работа	124	124	115	115	239	239
Часы на контроль	1,9	1,9	6,8	6,8	8,7	8,7
Итого	144	144	144	144	288	288

Программу составил(и):
ст.препод, Рарыкин В.В.

Рецензент(ы):
к.фил.н., Доцент, Дышекова О.В.

Рабочая программа дисциплины
Теория и практика массовой информации

разработана в соответствии с ФГОС ВО:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 29.06.2023 протокол № 35.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Гуманитарные и социально-экономические дисциплины

Протокол от 31.05.2023 г. № 10

Зав. Кафедрой Гайломазова Е.С.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Целями освоения дисциплины (модуля) Теория и практика массовой информации является формирование компетенций выпускников, связанных с изучением этапов зарождения и развития видов СМИ, способствующих развитию культуры мышления, и ознакомление студентов с нормативно-правовой базой регулирования деятельности СМИ.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:		Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Основы теории коммуникации	
2.1.2	Экономическая теория	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Профессионально-творческая практика	
2.2.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.3	Преддипломная практика	

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

3.1 Знать

способы осуществления под контролем профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, экономике, производстве, торговле, науке и культуре;

3.2 Уметь

видеть сходства и различия между видами СМИ; выделять региональную и иную специфику каждого из видов, определять структуру и способы финансирования различных видов СМИ; применять полученные знания в области научно-исследовательской и профессиональной деятельности;

3.3 Владеть

знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ),

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

ОПК-5.1: Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

методику профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы

частично методику профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы

свободно методику профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы

применять методы профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы

частично применять методы профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы

свободно применять методы профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы

методами профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы

частично методами профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы

свободно методами профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1.						

1.1	Тема 1. Массовая информация и ее роль в современном мире /Тема/	2	0				
1.2	СМИ как система. Понятие и структура системы СМИ. Функции журналистики. Особенности развития СМИ на рубеже эпох. /Лек/	2	2	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.3	Основные направления и тенденции развития журналистики и системы СМИ. СМИ в современном мире. /Пр/	2	4	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.4	История журналистики и СМИ: основные этапы и направления развития. /Ср/	2	42	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.5	Тема 2. Характеристики отдельных видов СМИ /Тема/	2	0				
1.6	Типология СМИ. Классификация печатных СМИ. Классификация ТВ-СМИ. Классификация современного радиовещания. Интернет-СМИ (сетевые). /Лек/	2	2	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.7	Модель печатного издания (тематическая и графическая). /Пр/	2	4	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.8	Сегментация целевой аудитории СМИ. Формат СМИ. Монополизация и глобализация рынка информационных ресурсов. /Ср/	2	42	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.9	Тема 3. Правовые аспекты деятельности в информационной сфере /Тема/	2	0				
1.10	Информационно-правовое регулирование деятельности СМИ в России. /Лек/	2	2	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.11	Принципы правового регулирования отношений в сфере информации, информационных технологий и защиты информации. /Пр/	2	1	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.12	Контрольно-надзорная деятельность государства в сфере массовой информации. Организационно-правовые основы деятельности Роскомнадзора. /Ср/	2	40	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.13	Тема 4. Взаимодействие СМИ и судебной системы /Тема/	3	0				
1.14	Принципы взаимодействия судебных органов и СМИ. Элементы процесса коммуникации. Специальные мероприятия для журналистов. /Лек/	2	2	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.15	/ИКР/	2	0,1				
1.16	Медиапланирование информационной деятельности судебных органов. Изучение общественного мнения о деятельности судебных органов. Правовая культура. /Пр/	2	1	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.17	/Зачёт/	2	1,9				
1.18	Виды публикаций о судебной деятельности. Темы, интересующие различные категории СМИ. Публикация недостоверной или неэтичной информации в СМИ. Согласование материалов с судом перед публикацией. /Ср/	3	24	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.19	Тема 5. Этические аспекты регулирования деятельности СМИ /Тема/	3	0				

1.20	Проблема социальной и психологической зависимости от глобальной массовой информации в современном инф. обществе. Феномен Масс-медиа. /Лек/	3	2	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.21	Этическая и правовая составляющие в деятельности СМИ. /Пр/	3	3	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.22	Правовые и этические регуляторы журналистской деятельности. Кодекс профессиональной этики журналиста. Технологии фактчекинга. /Ср/	3	15	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.23	Тема 6. Институт аккредитации СМИ /Тема/	3	0				
1.24	Аккредитация СМИ: понятие, необходимость, функции. Правила аккредитации журналистов СМИ. Порядок проведения процедуры аккредитации. /Лек/	3	2	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.25	Формы аккредитации. Особенности и порядок заполнения заявки на аккредитацию. /Пр/	3	2	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.26	Аккредитация и виды СМИ. /Ср/	3	20	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.27	Тема 7. Информационное общество и СМИ /Тема/	3	0				
1.28	Становление и проблематика формирования информационного общества в России. /Лек/	3	2	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.29	Роль и место средств массовой информации в развитии информационного общества. /Пр/	3	2	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.30	Формирование идей информационного общества. /Ср/	3	30	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.31	Тема 8. Информационная безопасность в работе СМИ /Тема/	3	0				
1.32	Виды и источники угроз информационной безопасности. Основные методы обеспечения информационной безопасности. /Лек/	3	4	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.33	Организационные основы системы обеспечения информационной безопасности. Информационная война и информационное оружие. /Пр/	3	3	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.34	Доктрина информационной безопасности РФ. /Ср/	3	26	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.35	/ИКР/	3	2,2	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		
1.36	/Экзамен/	3	6,8	ОПК-5.1	Л1.1Л2.2 Л2.1		

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Типовые контрольные задания и иные материалы – ОПК-5

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

1. Понятие и сущность свободы массовой информации
2. Сущность коммуникационного процесса
3. История становления и развития СМИ
4. Виды СМИ (общая характеристика)
5. Законодательная база, регулирующая деятельность СМИ в РФ. Закон РФ о СМИ - основные положения
6. Принципы взаимодействия Суда и СМИ в РФ. Статус представителя СМИ в судебном процессе
7. Аккредитация журналистов в судах общей юрисдикции в РФ
8. Соотношения принципа гласности судопроизводства и проведения закрытых судебных разбирательств

9. Процессуальные особенности при рассмотрении закрытых судебных дел
10. Правовые и этические нормы, распространяющиеся на взаимоотношения судей и журналистов
11. Понятие и сущность диффамации. меры защиты от диффамации в СМИ
12. Судебная ответственность, предусмотренная за диффамацию в СМИ
13. Пределы допустимой критики в отношении политиков и общественно-значимых фигур
14. Понятие и сущность аккредитации
15. Виды нарушений, связанных с лишением аккредитации
16. Особенности функционирования СМИ за рубежом
17. Источники финансирования СМИ
18. Понятие и сущность медиаполитики. Цели, уровни, способы реализации
19. Безопасность вещания. Основные проблемы организации вещания

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:

1. Массовая информация - это (укажите правильный вариант):

- а) информация, которая распространяется через каналы коммуникаций;
- б) информация которая находится в свободном доступе;
- в) печатные, аудио-видео сообщения и материалы публикуемые и транслируемые в федеральных СМИ;
- *г) печатные, аудио-видео сообщения и материалы предназначенные для неограниченного круга лиц.

2. Телевещатель - это (укажите правильный вариант):

- а) физическое или юридическое лицо, владеющее телевизионным каналом;
- б) физическое или юридическое лицо, которое составляет телевизионные программы для приема их населением и транслирует их;
- в) физическое или юридическое лицо, которое составляет телевизионные программы для приема их населением и обеспечивает их трансляцию в полной и неизменной форме третьим лицом;
- *г) физическое или юридическое лицо, которое составляет телевизионные программы для приема их населением и транслирует их либо обеспечивает их трансляцию в полной и неизменной форме третьим лицом.

3. Вещание - это (укажите правильный вариант):

- а) озвучивание информации в эфире теле-радио каналов;
- б) способ доведения информации до массового потребителя;
- *в) сообщение в эфир радио-теле передач;
- г) продажа теле-радио программ.

4. Свобода массовой информации - это (укажите правильные варианты):

- а) одно из основополагающих прав личности;
- б) технология для передачи информации широким массам;
- в) средство осуществления массовой коммуникации в обществе;
- *г) творческая свобода создания информационного продукта;
- *д) первая ступень защиты общества от безнравственности, насилия и жестокости

5. Социальное значение гласности судопроизводства заключается в том, что она (укажите неправильный вариант):

- а) ставит работу суда под контроль общества;
- б) обеспечивает доступность и открытость судебной системы для граждан и СМИ;
- в) обеспечивает связь между судом и обществом;
- *г) является преградой против коррупции в судах;

6. Специальный статус представителя СМИ закреплен в (укажите правильный вариант):

- а) УК РФ;
- б) ГК РФ;
- в) УПК РФ;
- г) ГПК РФ;
- *д) представитель СМИ не имеет специального статуса в суде.

7. Закрытое разбирательство дела, исключающее присутствие в зале судебного заседания лиц, которые не участвуют в деле или не являются участниками судопроизводства допускается только (укажите правильные варианты):

- *а) на основании мотивированного определения;
- *б) на основании постановления суда в предусмотренных федеральными законами случаях;
- в) на основании международных конвенций;
- г) на основании реализации принципа гласности судопроизводства.

8. Юридическая база для осуществления свободы массовой информации в РФ включает в себя нормы (укажите правильные варианты):

- *а) Конституции РФ;
- б) УПК РФ;
- *в) Закона РФ "О СМИ";
- г) ГПК РФ.

9. Диффамация это действие по (укажите неправильный вариант):

- *а) оскорблению потерпевшего;
- б) умалению чести потерпевшего;
- в) достоинства потерпевшего;

г) деловой репутации потерпевшего

10. Аккредитация - это (укажите правильный вариант):

- а) способ получения доступа в аккредитующую организацию;
 б) способ дискриминации журналистов в государственных структурах;
 *в) важный инструмент свободы доступа к информации;
 г) инструмент для лимитирования количества представителей СМИ освещающих деятельность органов государственной власти

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки владений:

Проанализировать информационное законодательство:

1. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 07.06.2017) "О средствах массовой информации"
2. Федеральный закон от 06.04.2011 N 63-ФЗ "Об электронной подписи"
3. ФЗ от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных»
4. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015, с изм. от 03.07.2016) "О рекламе"
5. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 06.07.2016) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации"

5.2. Темы письменных работ

1. Понятие и сущность свободы массовой информации
2. Сущность коммуникационного процесса
3. История становления и развития СМИ
4. Виды СМИ (общая характеристика)
5. Законодательная база, регулирующая деятельность СМИ в РФ. Закон РФ о СМИ - основные положения
6. Принципы взаимодействия Суда и СМИ в РФ. Статус представителя СМИ в судебном процессе
7. Аккредитация журналистов в судах общей юрисдикции в РФ
8. Соотношения принципа гласности судопроизводства и проведения закрытых судебных разбирательств
9. Процессуальные особенности при рассмотрении закрытых судебных дел
10. Правовые и этические нормы, распространяющиеся на взаимоотношения судей и журналистов
11. Понятие и сущность диффамации. меры защиты от диффамации в СМИ
12. Судебная ответственность, предусмотренная за диффамацию в СМИ
13. Пределы допустимой критики в отношении политиков и общественно-значимых фигур
14. Понятие и сущность аккредитации
15. Виды нарушений, связанных с лишением аккредитации
16. Особенности функционирования СМИ за рубежом
17. Источники финансирования СМИ
18. Понятие и сущность медиаполитики. Цели, уровни, способы реализации
19. Безопасность вещания. Основные проблемы организации вещания

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств по дисциплине предназначен для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям образовательной программы, в том числе рабочей программы дисциплины «Теория и практика массовой информации» для оценивания результатов обучения: знаний, умений, владений и уровня приобретенных компетенций.

Фонд оценочных средств по дисциплине «Теория и практика массовой информации» включает:

- 1) оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости:
 - устный и письменный опрос,
 - собеседование,
 - реферативное задание,
 - тестовое задание
- 2) оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме: контрольных вопросов и заданий для зачета.

5.4. Перечень видов оценочных средств

- экзамены;
- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)					
6.1. Рекомендуемая литература					
6.1.1. Основная литература					
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год		
Л1.1	Киселёв А. Г.	Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник	Москва: Юнити, 2015		
6.1.2. Дополнительная литература					
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год		
Л2.1	Набокова Л. С., Ноздренко Е. А., Набоков И. А.	Теория и практика массовой информации: учебное пособие	Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2016		
Л2.2	Клюев Ю. В.	Теория и практика массовой информации: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2015		
6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем					
7. МТО (оборудование и технические средства обучения)					
№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
46\1	учебная аудиторная для проведения занятий лекционного типа, занятий практического и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ, проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 15 шт., стул – 51 шт., доска – 1 шт., компьютер – 1 шт., проектор – 1 шт	Операционная система Microsoft Windows 10 home Приложение Офис2016 Антивирус Nod 5 academic Интернет фильтр UserGade Система тестирования MyTestx.lc Предприятие 1С 8.3 Бухгалтерия 1С 8.3 Документооборот 1С 8.3 Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. 1С 8.3	344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)					
<p>Освоение дисциплины (модуля) Теория и практика массовой информации основано на комплексном формировании заданных показателей компетенций, представляющих собой, соответствующие знания, умения и навыки. Показатели компетенций «Знать» формируются преимущественно на основе лекционного материала и частично в результате выполнения заданий на самостоятельную работу.</p> <p>Показатели компетенций «Уметь» и «Владеть» формируются в результате выполнения практических заданий и в результате выполнения заданий на самостоятельную работу.</p> <p>Целью семинарского занятия является проверка усвоения программного материала по дисциплине (модулю), осуществление контроля и помощи в организации самостоятельной работы студента.</p> <p>На семинарском занятии закрепляется обучение студентов самостоятельной работе с литературой и вспомогательным материалом. Студенты вырабатывают навык исследования по проблемным вопросам рекламы и связей с общественностью. Занятие проводится после прочитанной лекции по теме учебной программы. При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется использовать как учебную литературу, нормативные акты, относящиеся к изучаемой теме.</p> <p>Семинарское занятие включает доклады студентов по вопросам для самостоятельного изучения.</p> <p>К самостоятельной работе студентов относится: конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе; самостоятельное изучение вопросов по теме; выполнение курсовых проектов (работ); подготовка к промежуточной аттестации.</p>					