

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Хоружий Людмила Ивановна

Должность: Директор института экономики и управления АПК

Дата подписания: 11.04.2025/14:47:33

Уникальный программный ключ:

1e90b132d9b04dce67585160b99b0ff6fb1e6a9



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Институт экономики и управления АПК
Кафедра связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института экономики
и управления АПК
Хоружий Л.И.
2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.05.05 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

для подготовки бакалавров

ФГОС ВО

Направление: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность: Реклама и медиакоммуникации

Курс 1, 2

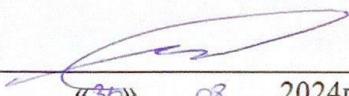
Семестр 2, 3

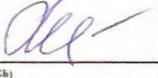
Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2023

Москва, 2024

Разработчик: к.с.н. Клиценко М.В.
(ФИО, учennaya степень, ученое звание)


«30» 08 2024г.

Рецензент: Сухаринова М.А., к.з.н. доцент
(ФИО, учennaya степень, ученое звание) 
(подпись)

«02» 12 2024г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», профессионального стандарта и учебного плана по направлению подготовки 43.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа обсуждена на заседании кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма
протокол № 1 от «30» 08 2024г.

Зав. кафедрой Евграфова Л.В. к.з.н. доцент
(ФИО, учennaya степень, ученое звание) 
(подпись)

«30» 08 2024г.

Согласовано:

Председатель учебно-методической комиссии института Экономики и управления АПК

Гупалова Т.Н.
(ФИО, учennaya степень, ученое звание)


(подпись)

«30» 08 2024г.

Заведующий выпускающей кафедрой СОРКиТ Евграфова Л.В.

(ФИО, учennaya степень, ученое звание) 
(подпись)

«30» 08 2024г.

Заведующий отделом комплектования ЦНБ Миронова О.В.
(ФИО, учennaya степень, ученое звание) 
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ.....	4
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	4
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ	5
ПО СЕМЕСТРАМ	5
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.3 Лекции/практические занятия.....	10
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	15
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	15
6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности	15
6.2. Описание показателей и критерии контроля успеваемости, описание шкал оценивания	17
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	18
7.1 Основная литература	18
7.2 Дополнительная литература.....	18
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	19
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .	20
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	21

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.05.05 «Теория и практика медиакоммуникаций» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности Реклама и медиакоммуникации

Цель освоения дисциплины: это систематизированное изложение основ теории и практики медиакоммуникаций в широком научном контексте, ознакомление с базовым научным аппаратом современной медиакоммуникативистики и методами исследования медиакоммуникаций.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-1.2, ОПК-1.1

Краткое содержание дисциплины: Медиасреда: история зарождения и развития, общие принципы жизни и активной деятельности. Принципы работы СМИ, возможности взаимодействия и вызовы. Технологические основы и правила современной медиакоммуникации. PR, реклама, маркетинг как направления медиакоммуникации. Социальные медиа, технологические и содержательные аспекты. Правила формирования новостной повестки, работа с новостным потоком. Основы фактчекинга. Самопрезентация в медиапространстве, выбор аудитории и формата. Правила питчинга. Работа с текстом, основы сценарного искусства. Работа в аудиоформате. Технология производства видеопродукта. Использование инфографики в медийных продуктах. Мультимедийные продукты. Использование ИИ в медийном пространстве. Правила коллективного взаимодействия в медиасреде.

Общая трудоемкость дисциплины/в т.ч. практическая подготовка: 216/6 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: Зачет – 2 семестр, КР – 2 семестр, экзамен – 3 семестр.

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» является формирование у обучающихся системных знаний о концептуальных основах медиакоммуникации, а также развитие навыков управления информационным взаимодействием в различных сферах деятельности.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» являются Введение в коммуникационные специальности, Основы теории коммуникации.

Дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, Технологии рекламы и связей с общественностью.

Особенностью дисциплины является то, что она направлена на формирование понимания основных принципов работы с информацией для массовой аудитории с помощью каналов массовой коммуникации.

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Образовательные результаты освоения дисциплины обучающимся, представлены в таблице 1.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зач.ед. (216 часов), их распределение по видам работ семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 1

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компе- тенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компе- тенций (для 3++)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1.	УК-1.2	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Владеет навыками критического анализа и синтеза информации для решения проектных задач и прогностической деятельности	основные методы критического анализа информации; подходы к синтезу информации для решения проектных задач; принципы прогностической деятельности.	анализировать информацию с использованием методов критического анализа; синтезировать информацию для решения проектных задач; прогнозировать результаты своей деятельности на основе анализа информации.	навыками критического анализа информации; методами синтеза информации для решения проектных задач; навыками прогностической деятельности на основе анализа информации.
2.	ОПК-1.1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	основные понятия и термины медиакоммуникации; особенности различных медиасегментов и платформ; характеристики медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов.	выявлять отличительные особенности медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; анализировать и интерпретировать медиаконтент; применять полученные знания для создания собственных медиапродуктов.	навыками критического анализа медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; методами выявления отличительных особенностей медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; приёмами создания и продвижения собственных медиапродуктов.

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 2а

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость		
	час. всего	В т.ч. по семестрам	
		№ 2	№ 3
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	216	108	108
1. Контактная работа:	104,65	52,25	52,4
Аудиторная работа	104,65	52,25	52,4
<i>в том числе:</i>			
лекции (Л)	32	16	16
практические занятия (ПЗ)	68	34	34
лабораторные работы (ЛР)			
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защи- та)	2	2	
консультации перед экзаменом	2		2
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,65	0,25	0,4
2. Самостоятельная работа (СРС)	111,35	55,75	55,6
реферат/эссе (подготовка)			
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)			
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)			
контрольная работа			
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и ма- териала учебников и учебных пособий, подготовка к лабо- раторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	86,75	55,75	31
Подготовка к экзамену (контроль)			
Подготовка к зачёту/ зачёту с оценкой (контроль)	24,6		24,6
Вид промежуточного контроля:		Экзамен – 3 семестр Зачёт – 2 семестр КР – 2 семестр	

4.2 Содержание дисциплины

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 3а

Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа				Внеауди- торная работа СР
		Л	ПЗ/С всего	ЛР всего	ПКР	
Раздел 1. Методологические основы теории медиакоммуникации						
Тема 1.1 Введение в теорию медиакоммуникаций	15	2	4			9
Тема 1.2 Медиакоммуникационный процесс	17	2	6			9
Тема 1.3 Классификация теорий медиакоммуникации	17	2	6			9
Тема 1.4 Трансляция смыслов и понятие эффектов медиакоммуникаций	17	2	6			9

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа				Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ/С всего	ЛР всего	ПКР	
Тема 1.5 Барьеры медиакоммуникаций: технические, психологические, социальные	19	4	6			9
Тема 1.6 Оптимизация процессов медиакоммуникаций	20,75	4	6			10,75
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)	0,25				0,25	
консультации перед экзаменом	2				2	
Всего за 2 семестр	108	16	34		2,25	55,75
Раздел 2. Теории влияния массмедиа в рамках концепции массового общества						
Тема 2.1 Возможности коммуникативного воздействия прессы	19	4	8			7
Тема 2.2 Основные функции вариативных медиакоммуникационных средств	20	4	8			8
Тема 2.3 Метод моделирования в исследовании коммуникации	20	4	8			8
Тема 2.4 Типология и эволюция коммуникативных моделей	22	4	10			8
Подготовка к зачету	24,6				24,6	
консультации перед экзаменом	2				2	
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,4				0,4	
Всего за 3 семестр	108	16	34		27	31
Итого по дисциплине	216	32	68		29,25	86,75

Раздел I. Методологические основы теории медиакоммуникации

Тема 1.1 Введение в теорию медиакоммуникаций.

Базовые категории: коммуникация, массовые коммуникации, медиа, медиакоммуникации. Теория: понятие, функции, критерии качества. Подходы к классификации теорий медиа. Ключевые темы современной теории медиа

Тема 1.2 Медиакоммуникационный процесс

Коммуникация и медиакоммуникация. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций. Медиа и массмедиа. Медиа, средства массовой коммуникации, средства массовой информации. Понятие медиатизации общества. Понятие медиапространства как среды реализации медиакоммуникаций.

Тема 1.3 Классификация теорий медиакоммуникации

Нормативные и «внутрищеховые» теории медиа. Психологические теории медиавоздействия. Культурно-критические теории медиа. Интерпретативные теории медиа. Теории информационного общества и глобализации. Специальные теории медиа.

Тема 1.4 Трансляция смыслов и понятие эффектов медиакоммуникаций

Сущность понятия «воздействие». Важная сторона профессиональной деятельности коммуникатора – формирование смыслового поля реципиента. Отношение «медиареальности» и объективной реальности. Основные способы психологического воздействия на аудиторию: подражание, внушение, заражение и убеждение. Информационно-коммуникативный марафон. Метод «погружения». Закон когнитивной реакции. Принципиальные открытия в области коммерческой и политической рекламы. Основные эффекты медиакоммуникации: эффект ореола, эффект реактанса, эффект Барнума, эффект насыщения, эффект бумеранга.

Тема 1.5. Барьеры медиакоммуникаций: технические, психологические, социальные

Коммуникативные барьеры как разнообразные факторы, наличие которых в акте коммуникации видоизменяет передаваемое коммуникатором сообщение либо ограничивает способность коммуниканта расшифровать его. Подходы к проблеме коммуникативных барьеров. Типологии барьеров. Способы преодоления барьеров.

Тема 1.6. Оптимизация процессов медиакоммуникаций

Выявление значимых изменяемых и неизменных параметров элементов медиакоммуникации. Оптимизация медиакоммуникации как приведение всех изменяемых параметров элементов коммуникативного процесса в положение, которое позволит данной системе максимально адаптироваться к условиям, задаваемым неизменными параметрами.

Раздел 2. Теории влияния массмедиа в рамках концепции массового общества

Тема 2.1 Возможности коммуникативного воздействия прессы

Конструирование реальности в массмедиа. Мифологизация и стереотипизация сознания. Формирование мифологического пространства. Значение мифа в формировании восприятия картины мира. Изменение сенсорного баланса (соотношения органов чувств в восприятии действительности, жизненного стиля, ценностей, форм организации общества).

Тема 2.2 Основные функции вариативных медиакоммуникационных средств

Типы, формы, способы, методы и приемы реализации коммуникативной функции. Методы эффективного воздействия в пространстве коммуникации. Функции СМК. Массмедиа как социальный институт. Функции и дисфункции СМИ в работах Р. Мертона, П. Лазарсфельда, Г. Лассуэлла. Функции массмедиа на уровне общества и индивида. Проблема эмпирического изучения функций и дисфункций медиа.

Тема 2.3 Метод моделирования в исследовании коммуникации.

Метод моделирования в науке, его особенности. Типология моделей. Специфика моделирования в теории коммуникации. Основные функции моделирования.

Тема 2.4 Типология и эволюция коммуникативных моделей

Типология и эволюция коммуникативных моделей: линейные модели («Формула» Г. Лассуэлла, «Генеральная» модель Дж. Гербнера, Стэнфордская коммуникативная модель Д. Берло); нелинейные модели (Математическая теория Связи К. Шеннона-У. Уивера, Циркулирующая (Циркулярная) модель В. Шрамма-Д. Осгуда, Социально-психологическая модель Т. Ньюкомба, модель В. Уэстли-М. Маклина, модель Дж. И. М. Рили, модель Г. Малецке, модель М. Де Флера, Семиотические модели Р.О. Якобсона, Ю.М. Лотмана, У. Эко).

4.3 Лекции/практические занятия

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 4а

Содержание лекций/практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	Название раздела, те- мы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во Часов/ из них практи- ческая подго- товка
1.	Раздел 1. Методологические основы теории медиакоммуникации				
Тема 1.1 Введение в теорию ме- диакомму- никаций	Лекция Базовые категории: комму- никация, массовые коммуни- кации, медиа, медиакомму- никации.		УК-1.2 ОПК-1.1		2
	Практическая работа 1. Понятия «медиа» и «ком- муникация»: этимология и современное понимание. 2. Периодизация человеческой истории. 3. Виды медиа и хронология их появления. 4. Периодизация истории ме- диакоммуникаций.			Коллоквиум по вопросам	4
Тема 1.2 Медиаком- муникаци- онный про- цесс	Лекция Коммуникация и медиаком- муникация.		УК-1.2 ОПК-1.1		2
	Практическая работа. 1. Соотношение понятий «информационное простран- ство», «коммуникационное			Семинар- дискуссия	4

№ п/п	Название раздела, те- мы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во Часов/ из них практи- ческая подго- товка
		пространство» и «медиапро- странство». 2. Разница между понятиями «пространство», «среда» и «сфера». 3. подхо- ды к понятию «информационное пространство». 4. Сложности и проблемы вы видите в развитии нацио- нального медиапространства, их причины, пути решения			
Тема 1.3 Классифика- ция теорий медиакомму- никации	Лекция Нормативные и «внутрице- ховые» теории медиа	УК-1.2 ОПК-1.1	Письменная работа	2	
	Практическая работа Форма контроля – письмен- ная работа. Для подготовки к письменной работе студенты делятся на несколько групп (по 3-5 человек в каждой), для каждой группы выдается индивидуальное задание, ко- торое выполняется членами группы совместно. На заня- тии группы презентуют вы- полненные задания. Тема письменной работы: «Опти- мизация коммуникации кон- кретной организации с целевы- ми аудиториями». Реко- мендуется предлагать обу- чающимся для анализа орга- низации, реализующие мо- лодежные проекты				4
Тема 1.4 Трансляция смыслов и понятие эффектов медиакомму- никаций	Лекция Сущность понятия «воздей- ствие».	УК-1.2 ОПК-1.1	Устный опрос	2	
	Практическая работа Устный опрос: Понятие и виды эффектов медиавоздей- ствия (краткосрочные – дол- госрочные, планируемые – спонтанные). Подходы к пе- риодизации исследований эффектов медиавоздействия				4
Тема 1.5 Барьеры медиакомму- никаций:	Лекция Коммуникативные барьеры как разнообразные факторы, наличие которых в акте ком-	УК-1.2 ОПК-1.1			4

№ п/п	Название раздела, те- мы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во Часов/ из них практи- ческая подго- товка
	технические, психологиче- ские, социальные	муникации видоизменяет пе- редаваемое коммуникатором сообщение			
		Практическая работа Основные положений теорий ограниченных эффектов (Б. Берельсон, К. Ховланд). Концепция лидеров мнения и модель двухступенчатого потока коммуникации Э. Ка- ца и П. Лазарсфельда. Пси- хологическая модель воздей- ствия ТВ (Г. Комсток). Вли- яние теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера на медиаисследования		Коллоквиум	6
	Тема 1.6 Оптимиза- ция процес- сов медиакомму- никаций	Лекция Выявление значимых изме- няемых и неизменных па- раметров элементов медиа- коммуникации.	УК-1.2 ОПК-1.1		4
		Практическая работа 1. Понятия «медиакарьера» и «медиатранзит»: сходства и отличия. 2. Этапы эффектив- ного медиатранзита. Слож- ности каждой стадии. 3. Спо- собы преодоления сложно- стей на каждом из этапов ме- диатранзита. 4. Роль связей с общественностью в обеспе- чении эффективного меди- атранзита актуальной соци- альной проблемы		Устный опрос	6
2.	Раздел 2. Теории влияния массмедиа в рамках концепции массового общества				
	Тема 2.1 Возможно- сти комму- никативного воздействия прессы	Лекция Конструирование реальности в массмедиа.	УК-1.2 ОПК-1.1		4
		Практическая работа Устный опрос: коммуника- тивные барьеры как разнооб- разные факторы, наличие ко- торых в акте коммуникации видоизменяет передаваемое коммуникатором сообщение либо ограничивает способ- ность коммуниканта рас-		Устный опрос	8

№ п/п	Название раздела, те- мы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во Часов/ из них практи- ческая подго- товка
		шифровать его. Подходы к проблеме коммуникативных барьеров. Типологии барьеров. Способы преодоления барьеров.			
	Тема 2.2 Основные функции вариативных медиакомму- никационны х средств	Лекция Типы, формы, способы, методы и приемы реализации коммуникативной функции Практическая работа Теория для медиа периода развития. Теория демократического участия. Нормативная модель Д. Макуэйла. Проблема реализации нормативных принципов в практической деятельности СМИ	УК-1.2 ОПК-1.1		4
				Подготовка докладов	8
	Тема 2.3 Метод моделирова- ния в исследовани- и коммуникац- ии	Лекция Метод моделирования в науке, его особенности. Практическая работа 1. Какова конкурентоспособность в индустрии информации современных интернет-изданий? 2. Интернет-СМИ вытеснят традиционные СМИ? 3. Блогосфера – это суррогат, симулякр или будущее журналистики?	УК-1.2 ОПК-1.1		4
				Семинар- дискуссия по вопросам	8
	Тема 2.4 Типология и эволюция коммуникат- ивных моделей	Лекция Типология и эволюция коммуникативных моделей Практическая работа Представление презентаций по вопросам прошлых тем	УК-1.2 ОПК-1.1		4
				Подготовка рефератов	10

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 5а

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
----------	---------------------------	--

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
Раздел 1. Методологические основы теории медиакоммуникации		
1.	Тема 1.1 Введение в теорию медиакоммуникаций	Тенденции трансформации медиа в XXI веке и современные теоретические концепции. Содержание: - чтение литературы, рекомендованной по курсу; - работа в электронной образовательной среде; - работа с конспектом, первоисточником для подготовки и разбора вопросов: Частнонаучные и нормативные теории медиа XXI века. Медиалогия как новая комплексная гуманитарная дисциплина
2.	Тема 1.2 Медиакоммуникационный процесс	Понятие медиакоммуникации. Содержание: - чтение литературы, рекомендованной по курсу; - работа в электронной образовательной среде; - работа с конспектом, первоисточником: ответы на контрольные вопросы, составление плана и тезисов выступления для дискуссии: современные медиа как система: понятие, структура, элементы; типология медиасистем; уровни медиасистем; компаративный анализ советской и российской, актуальных американской, европейской и российской медиасистем
3.	Тема 1.3 Классификация теорий медиакоммуникации	Основные компоненты медиакоммуникационного процесса. Содержание: - чтение литературы, рекомендованной по курсу; - работа в электронной образовательной среде; - работа с конспектом, первоисточником для подготовки к коллоквиуму.
4.	Тема 1.4 Трансляция смыслов и понятие эффектов медиакоммуникаций	Ключевые элементы медиакоммуникационного процесса. Содержание: - чтение литературы, рекомендованной по курсу; - работа в электронной образовательной среде; - работа с конспектом, первоисточником
5.	Тема 1.5 Барьеры медиакоммуникаций: технические, психологические, социальные	Характеристики современной медиакоммуникации. Содержание: - чтение литературы, рекомендованной по курсу; - работа в электронной образовательной среде; - работа с конспектом, первоисточником, составление плана и тезисов выступления для дискуссии: о различении понятий СМК и журналистика; новые функции медиа; СМК в структуре свободного времени; гедонистическая функция медиа
6.	Тема 1.6 Оптимизация процессов медиакоммуникаций	Условия эффективной медиакоммуникации. Способы измерения эффектов и эффективности медиакоммуникации. Содержание: - чтение литературы, рекомендованной по курсу; - работа в электронной образовательной среде; - работа с конспектом, первоисточником для подготовки к коллоквиуму.
Раздел 2. Теории влияния массмедиа в рамках концепции массового общества		
7.	Тема 2.1 Возможности коммуникативного воздействия прессы	СМК как сдвоенный рынок информации и услуг. Содержание: - чтение литературы, рекомендованной по курсу; - работа в электронной образовательной среде; - работа с конспектом, первоисточником, составление плана и тезисов выступления для дискуссии: экономическая коммуникация медиасистемы; рынок как фактор становления медиасистемы в постсоветской России и проблемы институализации СМК
8.	Тема 2.2 Основные функции вариативных медиакоммуникационных средств	Технические барьеры медиакоммуникаций обусловлены человеческим фактором. Содержание: - чтение литературы, рекомендованной по курсу; - работа в электронной образовательной среде; - работа с конспектом лекции.
9.	Тема 2.3 Метод	Социальные барьеры медиакоммуникаций. Феномен «группо-

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
	моделирования в исследовании коммуникации	вого (общественного) сознания». Содержание: - чтение литературы, рекомендованной по курсу; - работа в электронной образовательной среде; - работа с конспектом лекции
10.	Тема 2.4 Типология и эволюция коммуникативных моделей	Язык массмедиа как объект междисциплинарного исследования. Содержание: - чтение литературы, рекомендованной по курсу; - работа в электронной образовательной среде; - работа с конспектом, первоисточником, составление плана и тезисов выступления для дискуссии: язык СМК как особый язык социального взаимодействия; семиотический, герменевтический, риторический, психологический, когнитивный, лингвопрагматический, социологический аспекты изучения языка СМК; медиатекст как тип текста и элемент коммуникационного процесса

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)
1.	Введение в теорию медиакоммуникаций	Л	Лекция-дискуссия

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

Темы для рефератов:

1. Методологические основы теории медиакоммуникации.
2. Междисциплинарный характер коммуникативного знания.
3. Виды медиакоммуникации.
4. Вербальная, устноречевая, письменноречевая, невербальная медиакоммуникации.
5. Уровни медиакоммуникации.
6. Трансляция смыслов и понятие эффектов медиакоммуникации.
7. Условия эффективной медиакоммуникации.
8. Способы измерения эффектов и эффективности медиакоммуникации.
9. Многоканальность, вариативность и нормативность массовой медиакоммуникации.
10. Интернет – новейший интерактивный информационный канал.

- 11.Функции цифровых медиа в культуре глобального информационного общества.
- 12.Как изучается феномен блоггинга?
- 13.Как ведение блогов меняет облик традиционной журналистики?
- 14.Как развивался русскоязычный сегмент интернета в 1990-2000-е гг.?
- 15.Каковы черты культурной специфики Рунета?
- 16.Как работает «вирусная реклама» в интернете?
- 17.Феномен гражданского активизма в сети.
- 18.Культура виртуальной личности в интернете.
- 19.Культурная специфика русскоязычной блогосферы.
- 20.Новые медиа и конструирование «гиперреальности».
- 21.Трансформации русского языка в рунете.
- 22.Представление знания в «Википедии».
- 23.Особенности онлайновых дневников подростков.
- 24.Возможности и границы электронной коммерции.
- 25.Интернет и возможности гражданского общества

Вопросы итогового контроля:

1. Базовые свойства медиасообщества: гипертекстовость, интерактивность, социальность.
2. Интегрированные подходы к массовой коммуникации.
3. Структурализм и постструктурализм в изучении культуры.
4. Концептуализация медийных процессов и теория медиатизации в современных медиаисследованиях
5. Понятие медиа-культуры.
6. Конвергентные процессы в слое технических устройств, профессионализма, компонентов системы СМИ, компонентов системы массовых коммуникаций (СМК).
7. Концепция культурных индикаторов
8. Концепция формирования повестки дня
9. Критическая традиция и политэкономия медиа
10. Медиа, гипермедиа и трансмедиа. Состав и структура.
11. Медиаобразованность как новая цивилизационная детерминанта.
12. Методы исследования медиа.
13. Объект и предмет медиаологии.
14. Определения понятий: Медиасообщества, сообщества практики и социальные медиа.
15. Понятие информационного общества, информационального общества и общества знания.
16. Понятие медиаконвергенции.
17. Понятие системы СМИ. Состав и структура системы СМИ.
18. Понятие СМК. Состав и структура СМК.
19. Понятие социальности в социальных медиа, и практики в сообществах практики.
20. Постмодернизм и критический взгляд на медиа
21. Публичная сфера и теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса

22. Развитие общества под воздействием производственных сил и технологий: движение к информационному обществу
23. СМИ как инструмент формирования общественного мнения
24. Современное понятие медиа, медиасфера, и медиированной реальности.
25. Социологические и философские подходы к пониманию функционирования и воздействия медиа
26. Человек и средства коммуникации
27. Язык СМИ как объект теоретического анализа

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине используется **традиционная** система контроля и оценки успеваемости студентов.

Промежуточная проверка (выходной контроль) проводится в виде экзамена, основным методом его проведения выступает устный опрос.

Успешно усвоившим учебный материал по дисциплине считается студент, посетивший все лекционные и практические занятия, активно и успешно работавший на практических занятиях, написавший на «4»/«5» контрольные работы, подготовивший и успешно защитивший реферат. В этом случае студент допускается к экзамену.

Если студент пропускал занятия, он обязан в указанные преподавателем сроки ликвидировать текущие задолженности. Предполагаются следующие формы отработки: написание реферата по теме пропущенного занятия и ответ на вопросы по реферату, выполнение тестовых заданий, индивидуальная беседа с преподавателем. Форма отработки назначается преподавателем в зависимости от объема и сложности пропущенного материала.

Критерии оценивания результатов обучения

Таблица 7 Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку « отлично » заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку « хорошо » заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.

Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
---	---

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Данилов В.А. Связи с общественностью в социальной сфере: учебное пособие / В. А. Данилов; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). — Электрон. текстовые дан. — Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2016. — 137 с.: рис., табл. — Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. — Режим доступа : <http://elib.timacad.ru/dl/local/385.pdf>. - Загл. с титул. экрана. - Электрон. версия печ. публикации. — <URL:<http://elib.timacad.ru/dl/local/385.pdf>>.
2. Гнездилова Е.В. Современная пресс-служба: учебное пособие / Е. В. Гнездилова; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). — Электрон. текстовые дан. — Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2018. — 123 с. — Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. — Режим доступа : <http://elib.timacad.ru/dl/local/umo236.pdf>. - Загл. с титул. экрана. - <https://doi.org/10.34677/2018.236>. — <URL:<http://elib.timacad.ru/dl/local/umo236.pdf>>. — <URL:<https://doi.org/10.34677/2018.236>>.
3. Данилов В.А. Реклама и PR в органах государственной власти: учебное пособие. Ч. 2. Реклама и PR-технологии в органах власти / В. А. Данилов; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). — Электрон. текстовые дан. — Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2020. — 180 с. — Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. — Режим доступа : <http://elib.timacad.ru/dl/local/umo435.pdf>. - Загл. с титул. экрана. - <https://doi.org/10.34677/2020.001>. — <URL:<http://elib.timacad.ru/dl/local/umo435.pdf>>. — <URL:<https://doi.org/10.34677/2020.001>>.

7.2 Дополнительная литература

1. Социология: Учебник / А. А. Мамедов , В. В. Кортунов , К. Ю. Донских [и др.]; рец.: Л. П. Шиповская, О. Н. Краснова; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). — Электрон. текстовые дан. — Москва, 2024. — 276 с. — Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. — Свободный доступ из сети Интернет (чтение, печать, копирование). — Режим доступа : http://elib.timacad.ru/dl/full/s20032024Sociology_Mamedov.pdf. - Загл. с титул. экрана. - Электрон. версия печ. публикации. — <URL:http://elib.timacad.ru/dl/full/s20032024Sociology_Mamedov.pdf>.
2. Козлов, В. В. Инновационный менеджмент: учебник / В. В. Козлов; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). — Электрон. текстовые дан. — Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2021. — 233 с.: цв.ил., рис., табл. — Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. — Режим доступа : <http://elib.timacad.ru/dl/local/s20210609-1.pdf>. - Загл. с титул. экрана. - Электрон. версия печ. публикации . — <URL:<https://doi.org/10.26897/978-5-9675-1821-8-2021-233>>.

<URL:<http://elib.timacad.ru/dl/local/s20210609-1.pdf>>. — <URL:<https://doi.org/10.26897/978-5-9675-1821-8-2021-233>>.

3. Мамедов Азер Агабала оглы. Основы социологии. Учебник для сельскохозяйственных вузов: Учебник / А. А. Мамедов, В. В. Кортунов; рец.: С. И. Реснянский [и др.]; Российской государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). — Электрон. текстовые дан. — Москва, 2023. — 276 с. — Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. — Свободный доступ из сети Интернет (чтение, печать, копирование). — Режим доступа : http://elib.timacad.ru/dl/full/s20072023osn_sotciologii.pdf. - Загл. с титул. экрана. - Электрон. версия печ. публикации. — <URL:http://elib.timacad.ru/dl/full/s20072023osn_sotciologii.pdf>.

Таблица 9

Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины (моду- ля)	Наименование программы ¹	Тип программы ²	Автор	Год разработки
1	В течение семестра (для подготовки и по- каза презентаций)	Microsoft Office (Power Point)	демонстрационная обучающая	корпорация Microsoft	2020

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для проведения лекционных занятий по дисциплине «Теория и практика медиакоммуникаций» необходима аудитория, оборудованная мультимедиа-аппаратурой.

- аудиторный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева: специализированные аудитории, оснащенные спецоборудованием для проведения лекционных занятий (средства мультимедиа) и для проведения практических занятий (средства мультимедиа или компьютерные классы с доступом к сети Интернет, информационным базам данных для решения задач, тестирования и анализа правовых норм);

- библиотечный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева (учебная, научная, монографическая литература);

- общежитие, комната для самоподготовки студентов.

Таблица 10

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**
1	2
учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория	CelD-1800/512/80/DVD-R ин.№ 558788/200 Доска белая ин.№ 558762/2

¹ Например: Adobe Photoshop, MathCAD, Автокад, Компас, VBasic 6, Visual FoxPro7.0; Delphi 6 и др.

² Указывается тип программы: расчётная, или обучающая, или контролирующая.

<p>для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы (6 к., 250 ауд., Тимирязевский пр.1/2)</p>	<p>Мультимедийный проектор BENQ MW526E ин.№ 210138000003859 Крепление для проектора ин.№ 558769/1 Экран с электроприводом ин.№ 558771 Композиция стол+2 студ.стула Медалист 120*50*76-6 шт. ин.№ 594115 - 594120 Парти + скамейки (Комплект Медалист)-12 шт. ин.№ 593972 -593984</p>
<p>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы (6 к., 2498 ауд., Тимирязевский пр.1/2)</p>	<p>Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел .ин.№ 598946 Стол аудиторный ин.№ 558588 18 шт. Стул ученический ин.№ 558591 36 шт. Стол для преподавателя ин.№ 558592/2 Стул ИЗО ин.№ 558590 1 шт.</p>
<p>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы (6 к., 248 ауд., Тимирязевский пр.1/2)</p>	<p>Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. ин.№ 598947 Стулья лекционные ИСЩ с откидн.столиком и пюпитром 24 шт. Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый) 1 шт. Стол переговорный на 8-10 мест 220*120*76+2 сектора +4 опоры ин.№ 598951 Стол письменный ин.№ 554542</p>
<p>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы (6 к., 251 ауд., Тимирязевский пр.1/2)</p>	<p>Доска меловая – 1 шт. Парти + скамейки (Комплект Медалист)-11 шт. ин.№ 593960 -593971 Стол письменный ин.№ 554542 Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый)1 шт.</p>

11. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины

Учебный процесс по изучению дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» представляет собой лекционные, практические занятия и самостоятельную работу студентов. На лекционных занятиях рассматривается материал по основным разделам дисциплины.

На практических занятиях бакалавры решают кейсы, анализируют креативные и технологические особенности рекламной продукции, предлагают собственные варианты решения конкретных задач в области рекламы и связей с общественностью.

Практические занятия являются содержательно связанными, так как предусматривают самостоятельный поиск актуальной научной и практической информации по проблемам технологий рекламы и связей с общественностью.

Для подготовки к зачёту с оценкой необходимо решить коммуникационный кейс, который предлагается за 2 недели до зачёта. Консультации по кейсу можно будет получить в любое время до зачёта.

Для решения кейса студенты могут объединяться в команды до 3 человек.

Решение кейса представляется в печатном виде. Объем — от 5 до 20 листов основного текста. Размер шрифта - 12, гарнитура Times New Roman, межстрочный интервал - полуторный. Поля - сверху и снизу по 2 см, слева - 3,5 см, справа - 1,5 см.

Титульный лист обязателен. Оглавление обязательно.

Приложения обязательны, в них должны содержаться образцы материалов для коммуникации, медиапланы, медиакарты, сценарии мероприятий, схемы, диаграммы, графики, календарные планы, сметы, иллюстрации и т.п.

Представление результатов решения кейса должно быть оформлено в виде компьютерной презентации (выбор программы произволен, обеспечение технических возможностей представления - исключительно в компетенции авторов), видеофильма и т.п.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, пропустивший занятия, обязан отработать пропущенные темы, предоставив преподавателю конспект лекции, выполненные домашние задания по соответствующей теме. Студент, пропустивший занятия без уважительной причины, также должен разработать дополнительный кейс.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

В процессе преподавания учебной дисциплины основными задачами преподавателя являются следующие: 1) раскрыть содержание каждого раздела (каждой входящей в него темы); 2) показать логическую взаимосвязь материала разделов так, чтобы учебная дисциплина открылась студентам как научная система; 3) помочь бакалаврам овладеть учебным материалом; 4) привить навыки и умения по изучаемой дисциплине.

При изучении всех разделов дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью» целесообразно использовать проблемно-поисковые методы ведения лекционных занятий: проблемные лекции, лекции с элементами эвристической беседы (наряду с обзорными, информационными лекциями). Проведение практических занятий целесообразно организовывать в виде учебно-научных семинаров, разбора конкретных деловых ситуаций, анализа конкретных образцов рекламной продукции.

Для самостоятельной работы бакалавров предусмотрены вопросы, которые направлены на углубленное изучение основных разделов учебной дисциплины. Перечень вопросов целесообразно предложить бакалаврам в начале семестра, чтобы они имели достаточно времени для самоподготовки.

При всем разнообразии методов и организационных форм обучения преподаватель должен использовать различные формы контроля знаний, которые позволяют оценить методы преподавания, увидеть их сильные и слабые стороны, выбрать оптимальные варианты обучающей деятельности.

Программу разработал (и):

Клиценко М.В., к.с.н.



(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций»
ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
направленность «Реклама и медиакоммуникации»
(квалификация выпускника – бакалавр)

Сухаринова М.В. канд. соц. наук (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Реклама и медиакоммуникации» (уровень обучения – бакалавриат) разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма (разработчик – к.с.н., Клищенко М.В.).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.
2. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к обязательной части учебного цикла – Б1.
3. Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».
4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Теория и практика медиакоммуникаций» закреплено 2 компетенции. Дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях. Результаты обучения, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.
5. Общая трудоёмкость дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» составляет 6 зачётных единиц (216 часов/из них практическая подготовка 68).
6. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и возможность дублирования в содержании отсутствует.
7. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.
8. Программа дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» предполагает 5 занятий в интерактивной форме.
9. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».
10. Представленные и описанные в Программе формы текущей оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления и участие в дискуссиях, диспутах, круглых столах, мозговых штурмах и ролевых играх, выполнение эссе, участие в тестировании, коллоквиумах, работа над домашним заданием в форме игрового проектирования (в профессиональной области) и аудиторных заданий – работа с текстами), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме экзамена/зачета/защиты КР КП, что соответствует статусу дисци-

плины, как дисциплины обязательной части учебного плана – Б1 ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

11. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

12. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 3 источника (базовый учебник), дополнительной литературой – 3 наименований, периодическими изданиями – 3 источников со ссылкой на электронные ресурсы, Интернет-ресурсы – 0 источника и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

14. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Теория и практика медиакоммуникаций».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Реклама и медиакоммуникации» (квалификация выпускника – бакалавр), разработанная к.с.н., Клищенко М.В. соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент:

(подпись)

Сухорембов М.А.
«20» 08 2024 г.