

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА



«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института филологии
и межкультурной коммуникации

/Гришаева О.Н./

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.02.01 Современные медиасистемы

(Шифр и полное название дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: 42.04.02 Журналистика

Направленность (профиль): Медиамаркетинг в средствах массовой информации

Квалификация (степень): Магистр

Форма обучения: очная

Институт: филологии и межкультурной коммуникации

Кафедра: русской филологии и журналистики

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	1,2		
Семестр/триместр	1,2,3		

Лекции	22		
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	26		
в т. ч. практическая подготовка			
Форма(ы) промежуточной аттестации	Экзамен 0,3 1 семестр Зачет 2 семестр Экзамен 0,3 3 семестр		
Контроль	18		
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	257,4		

Всего часов: 324

Трудоемкость: 9 зачетных единиц.

Разработчик(и) рабочей программы:

Кандидат филологических наук, доцент Зайцева Н.В.

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: обеспечение подготовки специалистов в области журналистики, обладающих глубокими знаниями в сфере современных зарубежных и отечественной медиасистем.

Задачи изучения дисциплины:

- изучить традиционные (или «старые» медиа) - периодические печатные СМИ: газеты, журналы; вещательные СМИ: радио, телевидение; «поставщики» для СМИ: информационные агентства, пресс-синдикаты; система популярной музыки и звукозапись; кинематограф, производящие радио- и телекомпании (или продакшнкомпаний);
- получить знания о предприятиях рекламного бизнеса; структуре системы связей с общественностью; кабельных сетях, спутниковых телеканалах, интегрированных гибридных цифровых телекоммуникационных сетях: Интернет, сети мобильной телефонии, сети технологий Wi-Fi, Wi-Max и т.п.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках базовой (обязательной) части блока Б1. Дисциплины (модули)

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать: <ul style="list-style-type: none">- этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса;- специфику развития культуры на современном этапе.	Знает: <ul style="list-style-type: none">- этапы и тенденции развития отечественных и мировых медиасистем;- специфику развития традиционных и новых сегментов медиасистем на современном этапе.
	Уметь: <ul style="list-style-type: none">- применять средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) медиапродуктах;- руководствоваться в сфере своей профессиональной деятельности принципами толерантности, воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия.	Умеет: <ul style="list-style-type: none">- применять средства художественной выразительности в создаваемых журналистских медиапродуктах;- руководствоваться в сфере своей профессиональной деятельности принципами толерантности, воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия.
	Владеть: <ul style="list-style-type: none">- навыком создания современного журналистского текста для разных медийных платформ с	Владеет: <ul style="list-style-type: none">- навыком создания современного журналистского текста для разных медийных платформ с

	использованием знаний мировой и отечественной культуры.	использованием знаний мировой и отечественной культуры.
--	---	---

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
1.	Раздел 1. Медиасистемы.					
2.	Тема 1.1.Современная структура и динамика медиасистемы	34	2	2		30
3.	Тема 1.2.Медиасистемы в глобальном мире	36	2	4		30
4.	Тема 1.3. Типология медиасистем	34	2	2		30
5.	Тема 1.4. Национальные медиасистемы: экономические особенности развития	30,7	2	2		26,7
6.	<i>Форма отчетности</i>	Экзамен 9,3	8	10		116,7
7.	<i>Итого за 1 семестр</i>	144				
8.	Раздел 2. Традиционные и новые медиа в структуре медиасистемы					
9.	Тема 2.1.Телевидение как сегмент медиасистемы	18	2	2		14
10.	Тема 2.2Печатные СМИ как сегмент медиасистемы	20	2	4		14
11.	Тема2.3. Радио как сегмент медиасистемы	18	2	2		14
12.	Тема 2.4. Онлайн-СМИ как сегмент медиасистемы	16	2	2		12
13.	<i>Форма отчетности</i>	зачет	8	10		54
14.	<i>Итого за 2 семестр</i>	72				
15.	Раздел 3. Средства массовых коммуникаций в структуре медиасистемы					
16.	Тема 3.1. Информационные агентства как сегмент медиасистемы	24	2	2		20
17.	Тема 3.2. Реклама и связи с общественностью как сегмент медиасистемы	24	2	2		20
18.	Тема 3.3. Киноиндустрия как сегмент медиасистемы	22	1	1		20

19.	Тема 3.4.Книгоиздание как сегмент медиасистемы	28,7	1	1		26,7
20.	<i>Форма отчетности</i>	Экзамен 9,3	6	6		86,7
21.	<i>Итого за 3 семестр</i>	108				
22.	в т.ч. практическая подготовка					
23.	ИТОГО:	324	22	26		257,4

Очно-заочная форма обучения

не реализуется

Заочная форма обучения

не реализуется

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме реферата.

Типовой вариант контрольной работы

Примерная тематика рефератов

1. Массовая культура и ее специфика в формировании коммуникации.
2. Роль радио в формировании общественного мнения.
3. История возникновения теории коммуникации.
4. Исторические подходы к возникновению и развитию массовой коммуникации
5. Роль телевидения в формировании общественного мнения.
6. Роль прессы в формировании общественного мнения.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета, экзамена с использованием следующих оценочных материалов: вопросы к экзамену, вопросы к зачету.

Вопросы к экзамену (1 семестр, очная форма обучения)

1. Понятие "медиасистема". Системный подход к изучению СМИ.
2. Система средств массовой информации, и ее признаки: целостность, организация, элементарность и т.д.
3. Понятие "страт" для системы СМИ.
4. Аспекты медиасистемы: экономический, организационный, аудиторный и т.д. Современные концепции развития медиасистем.
5. Концепции информационного общества.
6. Глобальное информационное пространство и Интернет.
7. Взаимодействие культур. Понятие "мирового информационного порядка".
8. Монополизм в сфере информации.
9. Процессы взаимодействия и взаимовлияния в медиасистемах.
10. Структурный аспект современных медиасистем: печатные и аудиовизуальные СМИ.
11. Современные технологии в медиасистемах.
12. Типология медиасистем Типология как метод изучения существенных признаков медиасистем.
13. Понятие "типоформирующий фактор". Основные типоформирующие факторы медиасистемы: идейно-творческое направление, проблемно-тематическое содержание, аудиторная ориентация, регион распространения.
14. Особенности формирования медиасистемы под влиянием аудитории, предметно-тематических и функционально-целевых характеристик.
15. Факторы структурирования медиасистемы.
16. Идеализированные и аналоговые модели медиасистем.
17. Основные подходы к изучению медиасистем: медиаиндустриальный, функциональный, "полевой".
18. Особенности применения принципа нелинейности при изучении медиасистем.
19. Национальные медиасистемы: экономические особенности развития
20. Особенности функционирования национальных медиасистем Западной Европы: основные качественные и количественные характеристики.
21. Особенности развития медиаэкономики.
- 22.. Особенности эволюции национальных медиасистем, факторы развития, тенденции трансформации.

Вопросы к зачету (2 семестр, очная форма обучения)

1. Медиасистема России: темпы роста Советская модель организации системы средств массовой информации.
2. Этапы трансформации советской медиасистемы.
3. Современные бизнес-модели российских СМИ.
4. Особенности медиарынка России: двойственный характер (работа в B2B (business to business) и в B2C (business to client)).
5. Объемы рынка печатных СМИ России.
6. Формы организации медиабизнеса: крупные издательские дома и их совокупная аудитория. Проблемы медиапотребления и медиаповедения.

7. Радиорынок России в условиях концентрации бизнеса.
8. Понятие "телесмотрение".
9. Телевизионный медиарынок России.
10. Проблемы мобильного просмотра, перераспределения телезрителей между увеличивающимся числом каналов, увеличения числа "сред вещания".
11. Программа перехода на "цифру": системы дистрибуции телесигнала - ОТТ (Over The Top TV), эфирная цифра.
12. Особенности онлайн-вещания.
13. Рынок видеопросмотра.

Вопросы к экзамену (3 семестр, очная форма обучения)

1. Глобализация и медиасистемы.
2. Теории информационного общества.
3. Теории общества и СМИ. Нормативная теория СМИ и общества.
4. Свобода и ответственность СМИ: координаты измерения.
5. Политэкономические и другие концепции СМИ.
6. Понятие культурных индустрий в свете коммерциализации культуры.
7. Индустрия культуры как отрасль экономики.
8. Реклама и маркетинг в структуре культурных индустрий.
9. Особенности вещательной индустрии.
10. Киноиндустрия.
11. Музыкальная индустрия.
12. Глянцевые издания.
13. Компьютерные игры.
14. СМИ как агент экономики свободного времени.
15. Крупнейшие мировые медиакомпании. Синергия.
16. Современные тенденции и стратегии развития медиасистем
17. Тенденции развития современного медиапространства: глокализация, концентрация и диверсификация, специализация, сегментация, конвергенция, мультимедиаизация.
18. Конвергенция как процесс слияния медийных носителей; конвергенция технологий и мультимедийность продукта.
19. Медиабизнес и его ключевые процессы: производство и распространение контента, создание рекламы, взаимодействие с конечным потребителем.
20. Векторы развития медиабизнеса: конкуренция; опора на user generated content; "зеленое" движение в медиапотреблении; подчинение потребительским брендам.
21. Развитие СМИ как брендированных пре-селекторов; баз данных с адекватным инструментом для навигации и поиска, как хит-эксплореров для прибыли от хитов для массового рынка, как контентной составляющей в качестве сопровождения сервисной и как авторские СМИ

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 224 с.: - (Высшее образование: Магистратура). ISBN 978-5-16-006932-6, Режим доступа:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415337>
2. Основы медиабизнеса [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 400 с. (Серия 'Учебник нового поколения'). – Режим доступа:<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707243.html>
4. Технология создания рекламного текста: Методическое пособие/Обидин Д.Л. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 32 с.: - (Высшее образование) ISBN 978-5-16-102734-9 Режи

4.2. Дополнительная литература

1. Корконосенко, С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. Г. Корконосенко. - М.: Логос, 2010. - 248 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98704-471-1. Режим доступа:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468866>
2. Массмедиа как сфера применения политических технологий : учеб. пособие / В.А. Евдокимов. - М. : ИНФРА-М, 2018. - 230 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). www.dx.doi.org/10.12737/textbook_59d230b58e4868.44153905. Режим доступа:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=899759>
3. Человек медийный: Технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении / Кузин С., Ильин О. - М.: Альпина Пабл., 2016. - 258 с.: ISBN 978-5-9614-1448-6 Режим доступа:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=926469>

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	https://infourok.ru/	Инфоурок: образовательный интернет-проект России. Включает: конспекты уроков, презентации, тесты, видеоуроки и другие материалы по предметам школьной программы.	Свободный доступ
2.	http://edu.ru/	Российское образование: Федеральный портал. Включает ссылки на порталы и сайты образовательных учреждений; государственные образовательные стандарты; нормативные документы; каталог экскурсий и обучающих программ.	Свободный доступ
3.			

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
4.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ
5.	...		

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.