

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Филологический факультет

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАСИСТЕМЫ»

Кафедра печатных СМИ филологического факультета

Образовательная программа

42.04.02 Журналистика
Направленность(профиль) программы
Политическая журналистика

Уровень высшего образования
Магистратура

Форма обучения
очная, заочная

Статус дисциплины:
входит в базовую часть ОПОП

Махачкала, 2020

Рабочая программа дисциплины «Современные медиасистемы» составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень - Магистратура)

от « 8 » июня 2017 г. № 529

Разработчик: к.ф.н., доцент кафедры печатных СМИ Джабраилова М.И.

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры печатных СМИ от «14» 02 2020 г., протокол № __
Зав. кафедрой Магомедов Г.А.

на заседании Методической комиссии филологического факультета от «19»
03 2020 г. протокол №

Председатель Горбанева А.Н.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «__» 20 г.

Начальник УМУ Гасангаджиева А.Г.

Аннотация рабочей программы дисциплины.

Дисциплина «Современные медиасистемы» входит в базовую часть общей профессиональной образовательной программы магистратуры.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете кафедрой печатных СМИ.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных закономерностей и принципов функционирования системы средств массовой информации как фундаментальным базовым знанием, определяющее последующее освоения дисциплины.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных – УК-1, общепрофессиональных – ОПК – 5, ПК – 4.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме: контрольных работ, презентаций, промежуточного контроля в форме экзамена.

Объем дисциплины – 4 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий – 144.

Объем дисциплины в очной форме

Семес тр	Учебные занятия, в том числе контактная работа учащихся с преподавателем						Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференц.зачет, экзамен)
	Из них						
	Всего	лекци и	Лаб	Практич	Конс	СРС, в том числе экзамен	
1	144	8		20		44	Экзамен – 36

Объем дисциплины – 4 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий – 144

Объем дисциплины в заочной форме

Сем естр	Учебные занятия, в том числе контактная работа учащихся с преподавателем	Форма промежуточной аттестации
	Из них	

	Всего	лекции и	Лаб	Практич	Конс	СРС, в том числе экзамен	(зачет, дифференц.зачет , экзамен)
1	144	4		8		82	Экзамен -36

1. Цели освоения дисциплины

Цель курса «Современные медиасистемы» - изучение магистрантами закономерностей формирования системы средств массовой информации (ее организации и самоорганизации), понимания смысла процесса дифференциации и интеграции различных ее компонентов, механизмов регулирования на их основе структуры медиасистемы, понимание качественных особенностей различных структурных медийных образований, современных типологических моделей различных средств массовой информации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры.

Дисциплина «Современные медиасистемы» относится к базовой части. Дисциплина является одной из первых, дающих входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения всех последующих курсов.

Изучение дисциплины «Современные медиасистемы» дополняет последующее освоение дисциплин: «Методология и методика медиаисследований», «Современные теории массовой коммуникации», «Журналист как социокультурный феномен», «Современный медиатекст», «Структура и типология экономических коммуникаций».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Код и наименование индикатора достижения компетенций (в соответствии с ПООП (при наличии))	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения

<p>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.</p>	<p>УК-1.1. Знает особенности системного и критического мышления; парадигмы развития современной науки и место журналистики в системе этих парадигм.</p>	<p>Знает: виды, методы и концепции критического анализа Умеет: применять виды методы и концепции, критического анализа при выработке плана действий в проблемных ситуациях Владеет: основными принципами, определяющими цель и стратегию решения сложных ситуаций.</p>	<p>Устный опрос</p>
	<p>УК-1.2. Умеет анализировать и исследовать различные направления деятельности и контента современных СМИ в социокультурном аспекте, использовать эти знания в профессиональной деятельности; самостоятельно проводить исследование актуальной проблемы;</p>	<p>Знает: различные направления деятельности и контента современных СМИ в социокультурном аспекте. Умеет: использовать эти знания в профессиональной деятельности; самостоятельно проводить исследование актуальной проблемы. Владеет:</p>	

	демонстрировать наличие логики рассуждений и высказываний.	логикой рассуждений и высказываний	
	УК-1.3. Владеет основами методологии научного познания и изложения материала; навыками применения на практике последовательного и грамотного, устного и письменного изложения своих мыслей.	Знает: основы методологии научного познания и изложения материала Умеет: использовать свои знания при изложении материала Владеет: навыками применения на практике последовательного и грамотного, устного и письменного изложения своих мыслей.	
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Умеет: выявлять особенности политических, экономических	Письменный опрос

		<p>факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</p> <p>Владеет: навыками осуществления своих профессиональных журналистских действий с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	
	<p>ОПК-5.2. Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы.</p>	<p>Знает: всевозможные условия медиакоммуникационной системы</p> <p>Умеет: использовать свои знания на практике</p> <p>Владеет: способностями моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские</p>	

		действия в зависимости от условий конкретной медиакommунuкационной системы.	
ПК-4 Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением) в современной медиаиндустрии.	ПК-4.1. Проводит многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере журналистики.	Знает: множество перспектив запуска проекта в сфере журналистики. Умеет: анализировать перспективы запуска проекта в сфере журналистики Владеет: множеством методов многофакторного анализа перспектив запуска проекта в сфере журналистики.	Устный опрос, письменный опрос
	ПК-4.2. Разрабатывает все компоненты и концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач.	Знает: приоритеты решения творческих задач Умеет: разрабатывать компоненты решения творческих задач	

		Владеет: способностью использовать разработанные компоненты при решении творческих задач	
--	--	---	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 4 экзаменационные единицы, 144 часа.

4.2. Структура дисциплины.

4.2.1. Структура дисциплины в очной форме

№	Разделы и темы дисц.	Сем.	недел	Виды работ, студентом и трудоемкость (в часах)	учебной включая раб. и (в часах)	Сам . раб .	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям сем.) Форма промежуточ. аттест. (по семест.)
	Модуль 1. Современная структура и динамика медиасистемы.						
1.	Основные сегменты медиасистемы. медиасистемы: основные силы влияния. Медиасистема России на рубеже 20-21 вв.			2	2	12	Устный порос, письменный опрос.
2.	Исторические этапы развития отечественной медиасистемы.			2	4	14	Реферат, письменный опрос
	Итого по модулю:			4	6	26	

	Модуль 2. Типоформирующие факторы печатных, теле-, радио-, Онлайн-СМИ России					
3.	Печатные СМИ России. Телевидение России. Радио.			2 2	8	Творческое задание, реферат
4.	Онлайн-СМИ России			2 2	8	Коллоквиум, творческое задание.
	Итого по модулю 2			4 8	24	
	Модуль 3. Становление медиарекламного рынка					
5.	Становление медиарекламного рынка в современной России. Связи с общественностью.			2	16	Реферат, круглый стол.
6.	Медиакомпания. Аудитория СМИ.			2	16	Устный опрос, реферат.
	Итого по модулю 3			4	32	
7.	Модуль 4. Подготовка к экзамену.					36
	Итого: 144			8 18	82	36

4.2.2 Структура дисциплины в заочной форме

№	Разделы и темы дисц.	Сем.	недел я	Виды работы, самостоят. студентов и трудоемкость (в часах)	учебной раб. (в	Сам . раб .	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям сем.) Форма промежуточ. аттест. (по семест.)
				Лек. Пр. Лаб. Конт.сам.			

Модуль 1. Современная структура и динамика медиасистемы.

1.	Основные сегменты медиасистемы. медиасистемы: основные силы влияния. Медиасистема России на рубеже 20-21 вв.			2 2	30	Устный порос, письменный опрос.
	Итого по модулю 1 :			2 2	30	
Модуль 2. Типоформирующие факторы печатных, теле-, радио-, Онлайн- СМИ России						
2.	Исторические этапы развития отечественной медиасистемы. Основы правового регулирования СМИ в России.			2 2	30	Реферат, письменный опрос
	Итого по модулю 2 :			2 2	30	
Модуль 3. Становление медиарекламного рынка						
3	Печатные СМИ России. Телевидение России. Радио. Онлайн-СМИ России			2	27	Творческое задание, реферат Коллоквиум, творческое задание.
	Итого по модулю 3:			2	27	
	Модуль 4. Подготовка к экзамену					36
	Итого: 144			4 8	123	36

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине

Модуль 1. Современная структура и динамика медиасистемы.

Тема 1. Основные сегменты медиасистемы. Медиасистема: основные силы влияния. Медиасистема России на рубеже 20-21 вв.

Средства массовой информации/массмедиа: определение. Основные сегменты медиасистемы. Медиасистема – сложная многоуровневая и многосекторная среда, образованная: медиаинститутами в их взаимодействии между собой и взаимодействии с обществом, др. его институтами, а также индивидуумами/гражданами (аудиторией); взаимосвязанной и конкурентной системой предприятий медиарынка, включающего в себя как отдельные типологические сегменты традиционных и новых медиа – прессу, телерадиовещание, онлайн-СМИ, так и инфраструктурные предприятия, т.е. производящие компании; определенными профессиональными сообществами и видами деятельности по созданию, производству и распространению медиапродуктов и медиауслуг.

Медиасистема: основные силы влияния. Основные уровни, единицы анализа медиасистемы – общенациональный, региональный и/или местный, транснациональный и глобальный.

Динамика национальных медиасистем в 20-21 вв. Медиасистема России на рубеже 20-21 вв.

Тема 2. Исторические этапы развития отечественной медиасистемы. Основы правового регулирования СМИ в России.

Становление русской журналистики в 17 в. История возникновения первой русской газеты «Ведомости». Русские газеты в 18 в. первые русских журналы. Возникновение системы государственного контроля за печатными изданиями.

Развитие российской прессы в 19 в. развитие газет в первой половине 19 в. Журналы в первой половине 19 в. Развитие государственной системы контроля печати в первой половине 19 в.

Вторая половина 19 – начало 20 века. Развитие газет в пореформенный период. Журналы во второй половине 19 начала 20 вв. меры государственного регулирования системы государственной печати в 1860-1920 гг.

Советский период в истории российской журналистики. Основы правового регулирования СМИ в России. Конституционные права и свободы. Основные понятия Закона о СМИ. Учредительный договор и устав редакции. Правовая природа редакции. Сохранение в тайне журналистских источников. Привилегии журналистов и редакции.

Модуль 2. Типоформирующие факторы печатных, теле-радио, Онлайн-СМИ в России.

Тема 1. Печатные СМИ России. Телевидение России. Радио.

Основные этапы формирования современных печатных СМИ в России. Основные характеристики российской газетной периодики: аудиторные, содержательные, технологические, географические и административно-территориальные, экономические и организационно-правовые.

Качественные, массовые и бульварные издания. Издания общего интереса: ежедневные, еженедельные, ежемесячные газеты.

Современная журнальная периодика. Российская пресса за рубежом. Тенденции развития печатных СМИ.

телевидение России. Становление современного российского телевидения. Факторы влияния на российское ТВ. основные сегменты телесистемы.

радио. Особенности формирования отечественной системы радио. Типология современных радиостанций. Типология рынков радио. Основные форматы радиостанций. Технология распространения сигнала.

Тема 2. Онлайн - СМИ России. Информационные агентства.

Группы и виды онлайн-СМИ. Публикационная активность СМИ в Интернете. Работа в редакции и содержание Интернет-СМИ. Рубрики, сюжеты, жанры. Способы доставки и источники контента. Аудитория онлайн-СМИ. Показатели успеха онлайн-СМИ. Новые характеристики и перспективы развития онлайн-СМИ. Ориентация на мобильных пользователей. Работа с большими данными. Новые признаки рубрикации и сюжетирования. Новые формы организации и упаковки новостей. Гиперлокализация онлайн-СМИ.

Информационные агентства в России: исторический обзор. ИА как тип СМИ. Типология российских ИА. Российские ИА в условиях развития новых информационных технологий.

Тема 3. Становление медиарекламного рынка в современной России. Связи с общественностью.

Становление медиарекламного рынка в современной России. Реклама как основа бизнес-модели российских СМИ. Особенности рекламных продаж в российских СМИ. реклама в контенте СМИ.

основные этапы развития связей с общественностью в России. Современные тенденции развития связей с общественностью в России. Типы коммуникаций в связях с общественностью. Институциональная структура PR - рынка. Профессиональные сообщества в сфере связей с общественностью.

Тема 4. Медиакомпании. Аудитория СМИ.

Экономическая история российской медиасистемы. Особенности российских медиахолдингов. Горизонтальная, вертикальная концентрация

СМИ. Стратегический вектор концентрации СМИ в России. Присутствие на национальном медиарынке государственной, квазигосударственной и коммерческой собственности.

Аудитория СМИ: понятие и характеристики. Количественные и качественные характеристики российской аудитории. Основные показатели и тенденции медиапотребления. Аудитория телевидения. Аудитория радио. Аудитория печатных СМИ. Аудитория Интернета.

4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине

Модуль 1. Современная структура и динамика медиасистемы.

Тема 1. Основные сегменты медиасистемы. Медиасистема: основные силы влияния. Медиасистема России на рубеже 20-21 вв.

1. Определение понятий «СМИ», «мессмедиа», «медиасистема».
2. Основные сегменты медиасистемы.
3. Влияние массмедиа на процесс глобализации.
4. Основные тенденции в динамике национальных медиасистем после Второй мировой войны.
5. Динамика медиасистемы России на рубеже 20-21 вв.
6. Примеры национальных и глобальных влияний в российской медиасистеме в 2000-х г.

Тема 2. Исторические этапы развития отечественной медиасистемы. основы правового регулирования в России.

1. Трудности, с которыми столкнулся Петр 1 в издании первой русской газеты.
2. Формы контроля за периодическими изданиями в 18 в.
3. Типы журналов первой половины 19 в.
4. Причины развития русских газет.
5. Появление в России речевого радиовещания.
6. Основные черты партийно-советских СМИ в 1920-1930 гг.
7. Партийно-советские СМИ в годы Великой Отечественной войны.
8. Различия свободы выражения мнения и свободы массовой информации.
9. Отличие устава редакции от устава юридического лица.
10. Закон РФ о СМИ, о защите тайны источников, конфиденциальной информации.
11. Постановление Пленума Верховного суда РФ 2010 г. и его роль в развитии политической журналистики в стране.
12. Обязательное сообщение в СМИ.

Модуль 2. Типоформирующие факторы печатных, теле-, радио-, Онлайн-СМИ.

Тема 1. Печатные СМИ России. Телевидение России. Радио.

1. Основные факторы, оказавшие влияние на формирование печатных СМИ в России.
2. Основные признаки для классификации современных печатных СМИ России.
3. Различия между качественной и «желтой» прессой.
4. Основные тенденции в развитии журнальной периодики в России.
5. Основные сегменты телевизионной системы в России.
6. Факторы, влияющие на телевизионную систему в России.
7. Основные типы и группы телевизионных каналов в России.
8. Понятие «телесеть», роль и место телесетей в телевизионной системе России.
9. Холдинг ВГТРК, радиостанции, входящие в него.
10. Типологизация современных радиостанций.
11. Формат радиовещания.
12. Программные стратегии, ориентированные на взрослую аудиторию.

Тема 2. Онлайн-СМИ России. Информационные агентства.

1. Определение онлайн-СМИ. Чем они отличаются от других сайтов.
2. Среднестатистический пользователь Интернет.
3. Специфика рубрикаций онлайн-СМИ, сюжетирование.
4. Мультимедийные жанры, используемые в онлайн-СМИ.
5. Основной тренд развития информационных агентств в настоящее время.
6. Отличительные признаки деятельности информационных агентств.
7. Особенности функционирования мировых информационных агентств.
8. Специфика деятельности межрегиональных агентств.

Тема 3. Становление медиарекламного рынка в современной России. Связи с общественностью.

1. Типы СМИ, имеющие наиболее значимые доходы от рекламы.
2. Основные модели продаж в различных типах СМИ, их достоинства и недостатки.
3. Роль рекламы в контенте современных СМИ.
4. Примеры интеграции рекламного и редакционного контента.
5. Особенности связей с общественностью как медиасистемы.

6. Современное состояние и тенденции развития российского PR-рынка.
7. Принципы взаимодействия журналистики и PR в медиапространстве.
8. Направление деятельности основных игроков рынка PR в России.

Тема 4. Медиакомпания. Аудитория СМИ.

1. Основные периоды экономического развития современной медиасистемы.
2. Основные причины начала концентрации СМИ в России.
3. «Большая пятерка» медиапредприятий современной России.
4. Различия между «государственной», «коммерческой» и «смешанной» формами собственности.
5. Определение понятия «аудитория СМИ».
6. Количественные и качественные характеристики российской аудитории и их показатели.
7. Основные характеристики и показатели медиапотребления.
8. Структурные изменения, происходящие в аудитории современного ТВ и РВ.

5. Образовательные технологии.

Преподавание дисциплины сочетает лекции и семинарские занятия в виде разбора кейсов. Предполагается проведение деловых игр, разбор конкретных ситуаций, разные тренинги в сочетании с внеаудиторной работой и целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с журналистами республиканских СМИ, государственных и общественных организаций.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

В рамках самостоятельной работы магистранты изучают литературу, знакомятся с сайтами Министерства печати и информации, республиканских СМИ, публикациями в центральных СМИ, документальными фильмами по соответствующей тематике.

Текущий контроль складывается из контроля посещения лекций, качества выполнения заданий и письменных работ, активного участия в семинарских занятиях. А также тестирования по отдельным темам.

В конце курса предусмотрен экзамен.

Тема	Количество часов	Виды самостоятельной работы
Модуль 1. Современная структура и динамика медиасистемы.		
Тема 1. Основные сегменты медиасистемы. Медиасистемы: основные силы влияния. Медиасистема России на рубеже 20-21 вв.	12	Подготовка реферата, изучение дополнительной литературы.
Тема 2. Исторические этапы развития отечественной медиасистемы.	14	Просмотр документальных фильмов
Итого по модулю 1:	26	
Модуль 2. Типоформирующие факторы печатных, теле-, радио-, Онлайн-СМИ России		
Тема 3. Исторические этапы развития отечественной медиасистемы. Основы правового регулирования СМИ в России.	30	Изучение деятельности политического лидера.
Итого по модулю 2:	30	
Модуль 3. Типоформирующие факторы печатных, теле-, радио-, Онлайн-СМИ России		
Тема 5. Печатные СМИ России. Телевидение России. Радио. Онлайн-СМИ России	14	Анализ печатных СМИ (по выбору). Анализ телевизионных программ (по выбору).
Тема 6. Медиакомпания. Аудитория СМИ.	12	Подготовить рейтинги медиапотребления.
Итого по модулю 3:	26	
Итого:	82	

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Типовые контрольные задания

Примерные темы рефератов .

1. Медиасистема: основные силы влияния.
2. Динамика национальных медиасистем в 20-21 вв.
3. Медиасистема России на рубеже 20-21 вв.
4. Советский период в истории российской журналистики.
5. Развитие российской прессы в 19 в.
6. Привилегии журналистов в редакции.
7. Сохранение в тайне журналистских источников.
8. Становление современного российского телевидения.
9. Основные сегменты телесистемы.
10. Факторы влияния на российское телевидение
11. Основные этапы формирования современных печатных СМИ в России.
12. Российская газетная периодика.
13. Региональная пресса.
14. Тенденции развития печатных СМИ.
15. Российская пресса за рубежом.
16. Особенности формирования отечественной системы радио.
17. Типология современных радиостанций.
18. Группы и виды онлайн-СМИ.
19. Аудитория онлайн-СМИ.
20. Информационные агентства в России.
21. Типология российских информационных агентств.
22. Реклама в контенте СМИ.
23. Современные тенденции развития связей с общественностью в России.
24. Становление книгоиздательской отрасли в России.
25. Российские медиахолдинги.
26. Аудитория СМИ.

Вопросы модульного контроля.

1. Система СМИ и ее среда.
2. Характеристики медиасистемы.
3. Целостность как основное свойство медиасистемы.
4. Основные подсистемы медиасистем и характер их взаимодействия.
5. Роль структуры СМИ в механизме реализации функций системы.
6. Особенности различных аудиторных групп, их потребности как фактор формирования системы СМИ.
7. Основные типы универсальных изданий и телерадиопрограмм.
8. Структура специализированных по тематике СМИ.
9. Функции СМИ и отражение этих процессов в их структуре.
10. Влияние видов социальной деятельности на характер.
11. Массовые и качественные издания и программы.
12. Развитие электронных СМИ как ведущая тенденция медиасистемы.

13. особенности распространения в России цифрового телевидения.
14. Сетевые СМИ. Видео, аудио, СД, мобильная телефония и СМИ.
15. Влияние форм собственности на структуру СМИ. Иностранный капитал в Российских СМИ.
16. Процессы концентрации и монополизации в процессе СМИ.
17. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ.
18. Типоформирующие факторы СМИ.
19. Влияние на структуру СМИ характера аудитории, предметно-тематических и функционально-целевых характеристик.
20. Коммуникативные функции субъектов социальной деятельности как фактор структурирования СМИ.
21. Газета как тип издания.
22. Основные тенденции развития современной газетной периодики.
23. Журнал как тип издания.
24. Системные качества телевидения и радиовещания.
25. Дифференциация телевидения по характеру аудитории.
26. Предметно-тематическая дифференциация телевидения: универсальные и специализированные.
27. Дифференциация телевидения по целевому назначению: информационное, аналитическое, развлекательное и др.
28. Дифференциация телевидения по способу трансляции.
29. радиовещание в структуре СМИ.
30. Трансформация государственного радиовещания.
31. Типы Интернет-СМИ: дифференциация по тематике, целевому назначению и характеру аудитории.
32. Конвергенция и Интернет-СМИ.

Вопросы к экзамену.

1. Система СМИ и ее среда.
2. Характеристики медиасистемы.
3. Целостность как основное свойство медиасистемы.
4. Основные подсистемы медиасистем и характер их взаимодействия.
5. Роль структуры СМИ в механизме реализации функций системы.
6. Особенности различных аудиторных групп, их потребности как фактор формирования системы СМИ.
7. Основные типы универсальных изданий и телерадиопрограмм.
8. Структура специализированных по тематике СМИ.
9. Функции СМИ и отражение этих процессов в их структуре.
10. Влияние видов социальной деятельности на характер.
11. Массовые и качественные издания и программы.
12. Развитие электронных СМИ как ведущая тенденция медиасистемы.
13. особенности распространения в России цифрового телевидения.
14. Сетевые СМИ. Видео, аудио, СД, мобильная телефония и СМИ.

15. Влияние форм собственности на структуру СМИ. Иностраный капитал в Российских СМИ.
16. Процессы концентрации и монополизации в процессе СМИ.
17. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ.
18. Типоформирующие факторы СМИ.
19. Влияние на структуру СМИ характера аудитории, предметно-тематических и функционально-целевых характеристик.
20. Коммуникативные функции субъектов социальной деятельности как фактор структурирования СМИ.
21. Медиасистема: основные силы влияния.
22. Динамика национальных медиасистем в 20-21 вв.
23. Медиасистема России на рубеже 20-21 вв.
24. Советский период в истории российской журналистики.
25. Развитие российской прессы в 19 в.
26. Привилегии журналистов в редакции.
27. Сохранение в тайне журналистских источников.
28. Становление современного российского телевидения.
29. Основные сегменты телесистемы.
30. Факторы влияния на российское телевидение

7.2. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля – 30% и промежуточного контроля- 70%.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий – 1 балл
- участие на практических занятиях – 14б.
- выполнение лабораторных заданий –
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ – 15б.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос – 20.
- письменная контрольная работа – 50б.

тестирование

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

а) адрес сайта курса

<http://dmi-region-publ.blogspot.com>.

б) основная литература:

1. Аренс У., Вейнголд М., Аренс К. Современная реклама. – М., 2011. Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – М., 2014.
2. Березин О.С. Большие циклы и конъюнктура рынка кинотеатрального показа. – Спб., 2014.
3. Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – М., 2014.
4. Вартанова Е.Л. Медиаиндустрия и конвенгерция//Интернет-СМИ: теории и практика: учеб. пособие для студентов вузов/ Под ред. М.М. Лукиной. – М., 2010.
5. Вартанова Е.Л. телевидение цифровой эпохи: к постсетевой и интерактивной модели/От центрального к цифровому телевидению в России/ Под ред. В.В. Струкова и В.В. Зверева. – Воронеж, 2014.
6. Вартанова Е.Л., Вирен Г.В., Фролова Т.И. типология информационных агентств//Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2013. - №3.
7. Вирен Г.В., Фролова Т.И. Информационные агентств. Как создаются новости. – М., 2015.
8. Вырковский А.В., Макеенко М.И. Региональное телевидение России на пороге цифровой эпохи. – М., 2014.
9. Гринберг Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект. – М., 2013.
10. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. – М., 2011.
11. Доктор К. Ньюсономика: двенадцать трендов, которые изменяют новости. – М., 2013.
12. Ершов Ю.М. Телевидение регионов в поиске моделей развития. – М., 2012.
13. Ефремов А.В. Рекламный рынок прессы. Прошлое, настоящее и будущее. – М., 2013.
14. Журналистика и конвенгерция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Под ред. Качкаевой А.Г. . – М., 2010.
15. Иваницкий В.Л. Модернизация журналистики: методологический этюд. – М., 2010.
16. Интернет-СМИ: теория и практика. – М., 2010.
17. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. – М., 2014.
18. Коломиец В.П. Медиа социология: теория и практика. – М., 2014.
19. Лащук О.Р. Рерайтерские новостные сообщения: создание и редактирование. – М., 2013.
20. Маккуэйл Д. Журналистика и общество. – М., 2013.
21. Медиа конвенгерция и мультимедийная журналистика. – Екатеринбург, 2013.
22. Могилевская Э.В. информационные агентства в Интернете: особенности и принципы функционирования. – Тольятти, 2008.

23. Основы медиабизнеса/ Под ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2014.
24. Печать Российской Федерации: статистический сборник. – М., 2014.
25. Полуэхтова И.А. Социокультурная динамика российской аудитории телевидения. – М., 2007.
26. Прозоров В.В. Власть и свобода журналистики. – М., 2012.
27. Радиожурналистика/Под ред. А.А. Шереля. – М., 2000.
28. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики: Хрестоматия. – М., 2011.
29. Рихтер А.Г. Правовые основы Интернет-журналистики. – М., 2014.
30. Российское телевидение: индустрия и бизнес/Под ред. В.П. Коломийца, И.А. Полуэхтовой. – М., 2010.
31. Свитич Л.Г. Современная периодика: поле понятий и терминов//Вестник МГУ. Серия 10. журналистика. – 2014. - №1.
32. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационная стратегия. – М., 2011.
33. Смирнов В.В. Формы вещания. – М., 2000.
34. Смирнов С.С. Медиахолдинги России: национальный опыт концентрации СМИ. – М., 2014.
35. Средства массовой информации России / Под ред. Я.Н. Засурского. – М., 2011.
36. СМИ в меняющейся России
Под ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2010.
37. Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. – М., 2014.
38. Теория и практика медиарекламных исследований. – М., 2011.
39. Фролова Т.Н. Гуманитарные контент-модели в практике российских информационных агентств//Медиаскоп. – 2014. вып.2.
40. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд. – М., 2012.
41. Шкондин М.В. Печать в условиях трансформации медиасистемы//Вестник ДГУ. серия 10. Журналистика. – 2016. - № 3.
42. Щепилова Г. реклама в СМИ: теория и модели. – М., 2013.
43. Щепилова Г., Щепилов К. основы рекламы. – М., 2013.
44. Энциклопедия мировой индустрии СМИ. – М., 2014.

в) дополнительная литература:

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. – М., 2005.
2. Баранов В.В. Типологические характеристики спортивной печати Российской Федерации. – М., 2000.
3. Грабельников А.А. Средства массовой информации постсоветской России. – М., 2008.
4. Гуревич С.М. Газета вчера, сегодня, завтра. – М., 2003.

5. Дзялошинский И.М. Информационное пространство России: структура, особенности функционирования, перспективы эволюции. – М., 2005.
6. Егоров В.Г, Иванов В.К. Трансформация места и роли печатных средств массовой информации в современном политическом процессе РФ. – М., 2012.
7. Коханова Л.А. Экологические медиа. – М., 2005.
8. Мироненко Н.Н. Международные издательские дома в России. – М., 2006.
9. Мурзин Д.А. Феномен корпоративной прессы. – М., 2005.
10. Тулупов В.В. Региональная пресса: характер трансформации в переходный период//Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2003. - №2.
11. Шкондин М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 — . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 01.04.2019). – Яз. рус., англ.
- 2) Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. – Махачкала, г. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.dgu.ru/> (дата обращения: 22.03.2019).
- 3) Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. – Махачкала, 2010 – Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный (дата обращения: 21.03.2019).
- 4) www.ruj.ru (Союз журналистов России)
- 5) www.evartist.narod.ru (библиотека работ по журналистике)
- 6) www.gipp.ru (Гильдия издателей периодической печати (ГИПП))
- 7) www.journalist-virt.ru (журнал "Журналист")
- 8) www.mediareview.by.ru (Интернет-журнал медиакритики и медиаобразования)
- 9) www.mediasprut.ru (проект "МедиаСпрут")
- 10) www.redaktoram.ru
- 11) www.ruprint.ru
- 12) www.pdi.ru (Институт развития прессы (ИРП))
- 13) <http://witrina.ru> (портал печатных СМИ России)
- 14) <http://edu.of.ru/mediaeducation/> (Российский общеобразовательный портал)
- 15) <http://www.mediascope.ru/> (Медиаскоп. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ)

16) Блог «Проблемы публицистики» <http://dmi-region-publ.blogspot.com>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Магистрант должен обладать широкими профессиональными качествами, в том числе к способности к самообразованию и к саморазвитию.

Формирование этих качеств являются обязательными компонентами учебно-воспитательного процесса в университете. В решении этой задачи значительная роль отводится самостоятельной работе как одной из важнейших видов учебной деятельности студента. Наряду с лекциями и практическими занятиями самостоятельная работа составляет система университетского образования.

Самостоятельная работа заключается:

- в составлении текстов по отдельным темам;
- в подготовке к семинарским занятиям;
- в подготовке к тестированию как по отдельным темам, так и по итоговому по дисциплине;
- в подготовке к материалам к дебатам.

Самостоятельная работа по теме должна помочь приобрести соответствующие знания и умения:

1. уметь определять факторы, оказывающие влияние на политические, экономические и иного рода процессы;
2. понимать значение и роль средств массовой информации для социально-экономического, политического, культурного развития нашей страны;
3. понимать последствия внешних факторов воздействия для политической и экономической ситуации в России, в том числе для консолидации нашего общества.

Написание реферата или доклада целесообразно начинать с изучения учебно-методической и научно-исследовательской литературы. Кроме того, необходимо познакомиться с материалами учебников и другими первоисточниками. При этом важно понимать суть изучаемой проблемы, ее внутренне содержание и характер. Весьма важно обратить внимание на последствия того или иного исторического события, на степень его влияние на последующие периоды, а также отражение его в российских СМИ. реферат и другие виды самостоятельной работы студента должны представлять собой целостную, завершенную учебно-научную работу. Должны быть четко сформулированы: исследуемы вопросы, цели, задачи, проблемы. Работа студента должна быть написана научным языком; особо следует обращать внимание на точность и однозначность терминологии.

Любой вид самостоятельной работы студента имеет несколько этапов и приемов:

1. повторение всего пройденного теоретического материала и проработка лекций;
2. определение цели самостоятельной работы;
3. уяснение задачи поставленной проблемы;
4. разработка плана действия (выбор путей и средств для решения задачи) и определение вѳрсов к практическому занятию;
5. выбор литературы;
6. конспектирование первоисточников и литературы;
7. подведение итогов и детализация собственных выводов.

Важным моментом самостоятельной работы является умение работать с научной литературой, с газетными текстами, нормативными документами. Работа с литературой состоит из целого ряда приемов, в том числе: структурирование, анализ, сопоставление, запоминание, смысловое воспроизведение прочитанного в письменной и устной форме. Анализируя газетные тексты, главная задача студента заключается в том, чтобы как можно четко определить жанровую специфику материала, его особенности.

В процессе самостоятельной работы и проработки курса «Основы теории коммуникации» студенту рекомендуется опираться на учебно-методические издания и методические материалы, выпущенных кафедрой печатных СМИ ДГУ.

Самостоятельная работа должна носить систематический характер, быть интересной и привлекательной для студента.

результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при аттестации студента (промежуточный контроль, экзамен). При этом проводятся: тестирование, экспресс-опрос на семинарах и практических занятиях, заслушивание докладов, проверка письменных работ.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Для достижения поставленных образовательных целей применяются следующие информационные технологии:

- представление учебников и другого печатного материала;
- размещение изучаемых материалов на сайте кафедры;
- видеопленки;
- работа в электронной библиотеке;
- самостоятельная работа с использованием электронной почты;
- электронные образовательные ресурсы.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Компьютерное и мультимедийное оборудование:

- ноутбук;
- проектор;
- экран;
- флеш-накопитель.

Видео-аудиовизуальные средства:

- диктофон;
- магнитофон;
- видеокамера