

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра журналистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.22 Система средств массовой информации»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

Масс-медиа

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2021

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра журналистики

наименование кафедры

протокол № _____ от " ____ " _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой

Кафедра журналистики

наименование кафедры



подпись

расшифровка подписи

Т.М. Жаплова

Исполнители:

доцент

должность



подпись

расшифровка подписи

И.А. Дымова

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.02 Журналистика

код наименование



личная подпись

расшифровка подписи

Т.М. Жаплова

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись



расшифровка подписи

Н.Н. Бигалиева

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись



расшифровка подписи

О.П. Тарасова

№ регистрации _____

© Дымова И.А., 2021
© ОГУ, 2021

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

формирование у студентов базовых знаний, умений, навыков и компетенций об организации современной системы средств массовой информации, получение возможности подготовки будущего журналиста к работе в различных специализированных и профилизованных СМИ.

Задачи:

- познакомиться с совокупностью политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- научиться осуществлять свои профессиональные действия в сфере журналистики с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;
- познакомиться с разветвленной системой средств массовой информации, ее типологией;
- овладевать навыками работы в специализированных СМИ в соответствии со своим журналистским статусом и должностными обязанностями;
- овладевать способностями учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.14 Введение в специальность, Б1.Д.Б.23 Основы журналистской деятельности, Б2.П.Б.У.1 Профессионально-ознакомительная практика*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.30 Основы рекламы и публичных рилейнз в средствах массовой информации, Б1.Д.Б.34 Экономика и менеджмент средств массовой информации, Б2.П.В.П.1 Профессионально-творческая практика, ФДТ.2 Современная пресс-служба. Дипломатическая и консульская служба и протокол.*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5-В-1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5-В-2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере журналистики с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования	Знать: - совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; - разветвленную систему

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
	конкретной медиакоммуникационной системы	средств массовой информации, ее типологию (специализация, профилизация). Уметь: - осуществлять свои профессиональные действия в сфере журналистики с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. - Владеть: - способностями учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; - навыками работы в специализированных СМИ в соответствии с занимаемой должностью.

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	5 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	10,5	10,5
Лекции (Л)	6	6

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	5 семестр	всего
Практические занятия (ПЗ)	4	4
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: - выполнение контрольной работы (КонтрР); - выполнение тестовых заданий (ТЗ); - подготовка к собеседованию (опросу) (С); - выполнение домашнего задания (ДЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; подготовка к практическим занятиям).	133,5 +	133,5
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Предмет, структура и задачи курса. Понятие системы СМИ.	11	0,5	0,5		10
2	Инфраструктура СМИ. Особенности функционирования печати, телевидения, радиовещания, интернет-СМИ, мобильных медиа в условиях информационного рынка.	31,5	1	0,5		30
3	Основные условия и факторы формирования и функционирования системы СМИ.	21	0,5	0,5		20
4	Типология органов информации и основные типологические группы современной российской журналистики.	21,5	1	0,5		20
5	Новые формы организации информационных предприятий.	21,5	1	0,5		20
6	Методология разработки информационного продукта, модели СМИ.	22	1	1		20
7	Принципы формирования организационной, функционально-должностной структуры редакции.	15,5	1	0,5		14
	Итого:	144	6	4		134
	Всего:	144	6	4		134

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел № 1 Предмет, структура и задачи курса. Понятие системы СМИ.

1. Журналистика как система СМИ. Принцип системности как онтологический принцип журналистики.
2. Элементарный уровень анализа. Характеристика элементов и процессов системы «Журналистика».
3. Структурный уровень анализа журналистики как системы.

Раздел № 2 Инфраструктура СМИ. Особенности функционирования печати, телевидения, радиовещания, интернет-СМИ, мобильных медиа в условиях информационного рынка.

1. Структура СМИ. Печатные СМИ: газеты, журналы.
2. Телевидение и радиовещание.
3. Информационные агентства и другие производители печатной, аудио- и видеопродукции.
4. Сетевые СМИ. Мобильные медиа. Мировые информационные сети. Службы публичных рилейшнз, рекламные организации.

Раздел № 3 Основные условия и факторы формирования и функционирования системы СМИ.

1. Функциональный уровень анализа журналистики как системы.
2. Факторы функционирования СМИ: аудиторный, политико-правовой, экономико-финансовый, профессионально-кадровый, материально-технический.

Раздел № 4 Типология органов информации и основные типологические группы современной российской журналистики.

1. Типологическая характеристика системы средств массовой информации.
2. Типология органов информации и основные типологические группы современной российской журналистики (качественные и массовые издания, каналы, программы; органы информации различной функционально-целевой, предметно-тематической направленности; рассчитанные на определенные группы аудитории, разной периодичности т.п.).
3. Классификационные признаки СМИ, методы и методики типологического анализа. Перспективные модели развития типологических групп СМИ.

Раздел № 5 Новые формы организации информационных предприятий.

1. Современное состояние системы СМИ России с точки зрения ее структуры, организационных форм (медиахолдинги, издательские дома, группы, концерны, акционерные общества и т.п.).
2. Тенденции развития современных СМИ. Процессы концентрации и монополизации СМИ.

Раздел № 6 Методология разработки информационного продукта, модели СМИ.

1. Метод системного подхода к анализу явлений в журналистском тексте. Системный анализ.
2. Базовые принципы разработки концепции, модели издания, теле- или радиопрограммы, рубрики, методы их анализа и коррекции.

Раздел № 7 Принципы формирования организационной, функционально-должностной структуры редакции, формы и методы ее работы с аудиторией.

1. Структура редакции СМИ, основные права и обязанности сотрудников различного должностного статуса, корреспондентского корпуса. Конвергентная редакция.
2. Методы и формы работы редакции с читательской аудиторией.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1-4	Предмет, структура и задачи курса. Понятие системы СМИ. Инфраструктура СМИ. Особенности функционирования печати, телевидения, радиовещания, интернет-СМИ, мобильных медиа в условиях информационного рынка. Основные условия и факторы формирования и функционирования системы СМИ. Типология органов информации и основные типологические группы современной российской журналистики.	2
2	5-7	Новые формы организации информационных предприятий. Методология разработки информационного продукта, модели СМИ. Принципы формирования организационной, функционально-должностной структуры редакции.	2
		Итого:	4

4.4 Контрольная работа (5 семестр)

Выполните предлагаемые задания письменно.

- 1 Определите состав какого-либо сегмента информационного рынка в вашем городе или регионе.
- 2 Найдите оптимальную информационную нишу для учреждения массовой общественно-политической газеты в избранном вами рыночном сегменте.
- 3 Определите конкурентные ситуации в сегменте спортивной прессы (деловой, женской прессы, еженедельных изданий) вашей области или города.
- 4 Определите особенности системы оплаты труда журналистов и технических работников редакции газеты (журнала, ТВ-компании).
- 5 Выясните особенности системы публикации рекламных объявлений в газете (журнале).
- 6 Определите, как редакция газеты использует возможности публикации частных объявлений; каковы особенности системы публикации этих объявлений.
- 7 Выясните, как редакция (компания) использует возможности получения доходов от издательской деятельности.
- 8 Выясните, как ценовая политика редакции сказывается на определении отпускной, каталожной и подписной цены издания.
- 9 Определите особенности структуры и состава коллектива редакции газеты (журнала, компании) и их изменений.
- 10 Определите, какие экономические методы управления коллективом используют в редакции газеты (компании).
- 11 Постарайтесь определить, как работа с редакционной почтой в редакции сказывается на имидже издания и его популярности.
- 12 Какие методы распространения периодического издания используют в редакции газеты и почему?

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Яковлев, Г.А. Коммерция в средствах массовой информации: Учебное пособие / Г.А. Яковлев. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 143 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-16-004439-2 – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=213805>.
2. Романова, Ю.Д. Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса / Ю.Д. Романова, К.А. Милорадов, Л.П. Дьяконова, Н.А. Женова, Н.А. Рычков. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=411654>
3. Иваницкий, В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ / В.Л. Иваницкий. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 255 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104073> (дата обращения: 25.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7567-0576-8.

5.2 Дополнительная литература

1. Черных, А. Мир современных медиа / А. Черных. - М. : Издательский дом «Территория будущего», 2007. - 309 с. - (Университетская библиотека Александра Погорельского). - ISBN 5-91129-037-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955>
2. Романов, А.А. Рекламные и PR-технологии масс-медиа / А.А. Романов. – Москва : Евразийский открытый институт, 2010. – 183 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90761> (дата обращения: 25.09.2019). – ISBN 978-5-374-00394-9.
3. Романов, А.А. Рекламный менеджмент / А.А. Романов, Р.В. Каптюхин. – Москва : Евразийский открытый институт, 2010. – 431 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90770> (дата обращения: 25.09.2019). – ISBN 978-5-374-00393-2.

5.3 Периодические издания

1. Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
2. Альма матер (Вестник высшей школы) : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.
3. Вопросы языкознания : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
4. Социологические исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
5. Проблемы теории и практики управления : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2019.
6. Социальная политика и социальное партнерство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
7. Вопросы психологии : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
8. Общество и экономика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.

5.4 Интернет-ресурсы

1. Вестник Московского университета - <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
2. Энциклопедический словарь журналиста/- <http://www.tuj.tj/encyclopedia.htm>
3. Сайт журнала «Журналист»/- www.journalist-virt.ru
4. Каталог статей и учебных пособий «JourClab», предназначенных для помощи студентам.- <http://www.jourclub.ru>
5. Порталус – крупнейшая онлайн-база авторских научных публикаций в России – <http://www.portalus.ru>

6. «Медиалогия» (www.medialogia.ru)
7. «Интегрум» (www.integrum.ru)
8. «Регнум» (www.regnum.ru).
9. <https://openedu.ru/> - «Открытое образование»; Курс «Язык современной рекламы и СМИ»<https://openedu.ru/course/spbu/LNGADV/>
10. <https://www.lektorium.tv/> - «Лекториум». Курс «Основы успешного делового общения»
<https://www.lektorium.tv/mooc2/32867>

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Лицензионное программное обеспечение

1. Операционная система Microsoft Windows.
2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, PowerPoint).
3. Издательская система для верстки и предпечатной подготовки разных публикаций Adobe PageMaker 7.0.2

Свободное программное обеспечение

4. Служебное и офисное ПО:
 - свободный пакет офисных приложений Apache OpenOffice. Предоставляется по лицензии Apache License 2.0. Разработчик: Apache Software Foundation. Режим доступа: <http://www.openoffice.org/> .
 - кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом LibreOffice. Предоставляется по лицензии LGPLv3 и Mozilla Public License. Разработчик: The Document Foundation. Режим доступа: <https://www.libreoffice.org/>.
 - бесплатное средство просмотра файлов PDF Adobe Reader. Доступна бесплатно после принятия условий лицензионного соглашения на ПО Adobe. Разработчик: Adobe Systems. Режим доступа: <https://get.adobe.com/ru/reader/> .
 - свободный файловый архиватор 7-Zip. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Игорь Павлов. Режим доступа: <http://www.7-zip.org/> .
 - Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition [2017–2019].

Графические редакторы, издательские системы:

- свободный, профессиональный пакет для создания трёхмерной компьютерной графики Blender. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Blender Foundation. Режим доступа: <https://www.blender.org/download/> .
- свободно распространяемый растровый графический редактор GIMP (GNU Image Manipulation Program). Предоставляется по лицензии GNU LGPLv3. Авторы: Питер Маттис и Спенсер Кимбелл. Разработчики: GNOME Foundation. Режим доступа: <https://www.gimp.org/downloads/>

Базы данных:

- Pro Quest Dissertations&ThesesA&I [Электронный ресурс] : база данных диссертаций. – Режим доступа : <https://search.proquest.com/> в локальной сети ОГУ

- SCOPUS [Электронный ресурс] : реферативная база данных / компания Elsevier. – Режим доступа: <https://www.scopus.com/> в локальной сети ОГУ.

- Web of Science [Электронный ресурс]: реферативная база данных / компания Clarivate Analytics. – Режим доступа : <http://apps.webofknowledge.com/> в локальной сети ОГУ.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, мультимедийным проектором, доской, экраном, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети «Интернет», и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.