

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«___» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1163610	Основы журналистской деятельности

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Журналистика	Код ОП 1. 42.03.02/33.01
Направление подготовки 1. Журналистика	Код направления и уровня подготовки 1. 42.03.02

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Автохутдинова Ольга Федоровна	кандидат филологических наук, без ученого звания	Доцент	русского языка и стилистики
2	Бессонов Станислав Игоревич	кандидат филологических наук, без ученого звания	Доцент	периодической печати и сетевых изданий
3	Лозовский Борис Николаевич	доктор филологических наук, доцент	Профессор	периодической печати и сетевых изданий
4	Олешко Евгений Владимирович	доктор филологических наук, доцент	Профессор	периодической печати и сетевых изданий
5	Попова Мария Федоровна	кандидат филологических наук, доцент	Доцент	периодической печати и сетевых изданий
6	Сумская Анна Сергеевна	кандидат педагогических наук, доцент	Доцент	периодической печати и сетевых изданий
7	Третьякова Любовь Анатольевна	кандидат филологических наук, без ученого звания	Доцент	периодической печати и сетевых изданий

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Основы журналистской деятельности

1.1. Аннотация содержания модуля

Освоение модуля способствует развитию у студентов базовых знаний о сущности профессии журналиста. В результате освоения модуля студент должен знать место и роль журналистики и средств массовой информации в жизни общества; закономерности функционирования системы СМИ; нормы профессиональной этики и культуры журналиста. Студент должен уметь применять полученные знания при оценке деятельности журналистов и СМИ. Обладать навыками подготовки материалов для СМИ с учетом общественной миссии журналистики и профессиональных требований к контенту СМИ.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Техника и технология СМИ	2
2	Паблик рилейшнз и реклама	2
3	Медиасистема	2
4	Профессиональная этика и культура журналиста	3
ИТОГО по модулю:		9

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	<ol style="list-style-type: none">1. Экономика и право в журналистской деятельности2. Социально-политические проблемы в журналистике3. Современный инструментарий для создания медиатекстов

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Медиасистема	ОПК-4 - Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры	<p>3-1 - Изложить основные принципы функционирования организаций различного типа, распространённые в профессиональной области</p> <p>3-2 - Объяснять специфику и содержание профессиональных функций в организациях различного типа</p>
	ПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>3-1 - Описывать механизмы функционирования системы общественных и государственных институтов</p> <p>3-2 - Характеризовать механизмы взаимодействия общественных, государственных институтов и средств массовой информации</p>
	ПК-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	3-1 - Описывать общие закономерности и особенности развития различных медиакоммуникационных систем под воздействием политических, экономических механизмов, правовых и этических норм
Паблик рилейшнз и реклама	ОПК-4 - Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры	<p>3-1 - Изложить основные принципы функционирования организаций различного типа, распространённые в профессиональной области</p> <p>3-2 - Объяснять специфику и содержание профессиональных функций в организациях различного типа</p>

		<p>У-1 - Самостоятельно определять стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом организационных политик и процедур в организациях различного типа</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде, вырабатывать стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом политик и процедур профессиональной деятельности, характерных для организаций различного типа</p> <p>Д-1 - Демонстрировать коммуникативные умения, умение эффективно работать в команде, лидерские качества</p>
	<p>ОПК-5 - Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p>	<p>З-1 - Изложить основные принципы и формы внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p> <p>З-2 - Характеризовать роль и механизм межведомственного взаимодействия и социального партнерства в достижении целей организации и решении профессиональных задач</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять субъектов взаимодействия и социального партнерства с учетом специфики профессиональной деятельности</p> <p>У-2 - Обосновать целесообразность выбора форм межведомственного взаимодействия и социального партнерства для решения профессиональных задач с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов</p> <p>П-1 - Работая в команде, спланировать процесс поэтапного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ в целях эффективного решения профессиональных задач</p> <p>П-2 - Решать поставленные задачи, относящиеся к области профессиональной</p>

		<p>деятельности, опираясь на принципы и используя различные формы межведомственного взаимодействия и социального партнерства</p> <p>Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, стремление к выстраиванию партнерского взаимодействия</p>
	<p>ПК-13 - Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	<p>З-1 - Описывать технологии продвижения журналистских текстов по различным каналам коммуникации</p> <p>У-1 - Анализировать и сравнивать функциональные особенности популярных сетей и других каналов, их возможности для продвижения журналистских текстов</p> <p>П-1 - Готовить и предлагать формы и методы продвижения журналистского текста с помощью различных платформ и во взаимодействии с сетевыми сообществами</p>
<p>Профессиональная этика и культура журналиста</p>	<p>ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p>	<p>З-1 - Характеризовать особенности, пути и средства формирования и поддержания профессиональной культуры</p> <p>З-2 - Обосновать роль профессиональной культуры и значимость соблюдения профессиональных этических норм для успешной профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Обосновать выбор путей и средств формирования и поддержания профессиональной культуры</p> <p>П-2 - Составлять план мероприятий по формированию и поддержанию профессиональной культуры</p> <p>Д-1 - Демонстрировать стремление к профессиональному росту и развитию, самокритичность и умение учиться, нацеленность на результат</p>
	<p>ПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из</p>	<p>П-2 - Соблюдать этические и правовые нормы при подготовке материалов для медиа России</p>

	политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
	ПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>З-2 - Описывать цеховые принципы свободы и социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Оценивать реализацию базовых принципов и функций в современных медиа</p> <p>У-2 - Осуществлять оценку корректных творческих приемов, применять их при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с принципами социальной ответственности</p> <p>П-1 - Применять принципы социальной ответственности в оценке эффектов и последствий профессиональной деятельности при создании и распространении медиатекстов или иных коммуникационных продуктов</p>
Техника и технология СМИ	ПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>З-1 - Перечислять и характеризовать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, используемые в профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Отбирать необходимые технические средства и информационно-коммуникационные технологии для создания медиапродуктов</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Техника и технология СМИ

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Олешко Евгений Владимирович	доктор филологических наук, доцент	Профессор	периодической печати и сетевых изданий

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.11-08/45 от 30.06.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Олешко Евгений Владимирович, Профессор, периодической печати и сетевых изданий

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Р.1.	Предмет, методы и задачи курса	<p>Система понятий. Специфика массово-информационной деятельности в периодической печати и электронных СМИ.</p> <p>Объяснение основной тенденции: в условиях широкого использования компьютерно-информационных технологий большое значение имеет изучение особенностей технической базы газет, журналов, радио, телевидения, Интернет СМИ, так как производственные процессы в значительной мере определяют качество и сроки подготовки изданий и программ, а также эффективность журналистского труда.</p> <p>Изучение способов измерения количества информации, содержащейся в каких-либо сообщениях, и передачи информации. Печатные и электронные СМИ как носители массовой информации. Массово-информационная деятельность: сбор, обработка, компоновка, передача, восприятие, трансформация, хранение и использование информации. Информационное общество как развивающееся общество. Новые информационные технологии. Важность подхода к деятельности СМИ с точки зрения «информационной безопасности».</p>
Р.2.	Допечатная подготовка СМИ	Факторы, вызвавшие появление и развитие современной электронной техники подготовки издания к печати.

		<p>Устройства ввода и передачи текстовой информации.</p> <p>Сравнительный анализ современных компьютерных платформ, межплатформенная совместимость. Базовый комплект: компьютер, монитор, сканер, принтер. Модемы, пейджеры, микрокомпьютеры, персональные коммуникаторы.</p> <p>Программное обеспечение. Различные программы для набора. Системы оптического распознавания текста. Системы распознавания голоса. Правила набора текстовых материалов. История развития наборных процессов. Ручной набор, механизация и автоматизация наборных процессов, фотонабор (Би Шен, И. Гутенберг, У. Чёрч, П. П. Княгининский, О. Мергенталер, В. А. Гассиев).</p>
<p>Р.3.</p>	<p>История возникновения и становления радио и телевидения как СМИ</p>	<p>Технические предпосылки возникновения радио и телевидения. Особенности органов слуха и речи. Физическая природа звука: частота, громкость, реверберация, обертона. Передача звука на большие расстояния. Использование электрического сигнала для передачи информации. Основные этапы развития радио. Физическая природа света.</p> <p>Основные характеристики света. Человеческое зрение. Способы передачи изображения на расстояние. Принципы построения электронной приемно-передающей телевизионной системы. Телевизионный растр. Строка. Кадр. Сигнал синхронизации приемника. Этапы становления телевидения как СМИ. Развертка изображения: понятие. Чересстрочная развертка. Параметры развертки. Частотный спектр сигнала изображения. Полный телевизионный сигнал. Работа и возможности черно-белого кинескопа и современных телевизионных панелей. Телевизионные стандарты вещания. Телевидение высокой четкости как перспектива технического развития.</p>
<p>Р.4.</p>	<p>Цифровые форматы хранения растровой и векторной графики. Значение Интернета для организации редакционно-издательских процессов</p>	<p>Проблемы межплатформенной совместимости при экспорте-импорте изобразительного материала.</p> <p>Подготовка к печати изобразительного материала.</p> <p>Различные виды сканирующих устройств: планшетные, барабанные, проекционные и слайд-сканеры, специфика применения. Разрешающая способность различных сканеров (погрешность, возникающая при сканировании системами с подвижным зеркалом или вращающимся барабаном). Характеристика показателей оптической плотности и глубины (битности) цвета сканера для оптимальной цветопередачи изобразительного материала. Цифровые фотоаппараты, специфика использования в СМИ, перспективы развития.</p> <p>Доменная система имен. Общие принципы поиска, передачи и получения информации. Сервисы e-mail и WWW как составные части Интернета. Интерактивный режим доступа к информации и режим «отложенного чтения». Электронное издательство.</p>

		<p>Конвергентная журналистика как тенденция развития возможностей периодической печати. Радио и телевидение газеты «Комсомольская правда». Радио «Эхо Москвы» и телекомпания RTV.</p> <p>Шрифтовая культура массмедиа как общеметодологическая проблема развития всех типов СМИ.</p>
Р.5.	Т.5. Технические средства радиовещания	<p>Технические возможности организации радиовещания. Оборудование звуковых студий. Запись и воспроизведение звука в радиовещании. Способы хранения данного рода информации. Принципы и носители. Использование Интернета для организации радиовещания.</p> <p>Микрофон. Классификации микрофонов по конструкции, характеристикам и применению. Микшерный пульт. АЧХ. Искажения звука. Устройства записи и воспроизведения звука. Магнитофон. Диктофон. Монтаж фонограмм. Хранение аудиоданных. Моно- и стереофония.</p> <p>Параметры студий и радиовещательного сигнала. Радиостанция: информационная, разговорная, развлекательная, музыкальная. Форматы радиовещания. Аппаратно-студийный комплекс радиовещания: радиостудия, монтажная аппаратная, центральная аппаратная, коммутационно-распределительная аппаратная; фонотека оперативная и фондовая; трансляционный пункт. Вещательный сигнал: динамический диапазон, спектр, виды искажений.</p>
Р.6.	Технические средства телевидения	<p>Спектральная чувствительность человеческого глаза. Трехкомпонентное цветовое зрение. Локус. Цветовая температура. Принципы передачи цветного изображения. Полный цветовой видеосигнал. Совместимые стандартные системы цветного телевидения NTSC, SECAM, PAL. Кодирование, декодирование, транскодирующее устройства. Международная система телевизионных стандартов CCIR. ГОСТ 7845-92 Система вещательного телевидения. Основные параметры.</p> <p>Телевизионные каналы (ТВК): метровые, дециметровые, специальные. Характеристики ТВК. Частоты телевизионных каналов России. Телевизионный передатчик. Дальность действия телевизионного передатчика. Зона уверенного приема. Зона неуверенного приема. Принципы построения национальной системы телевизионного вещания. Радиотелевизионная передающая станция. Распространение сигнала на большие территории. Телевизионные линии связи. Общегосударственные сети связи. Спутниковое телевизионное вещание. Приемные сети. Многоканальные сети кабельного телевидения.</p> <p>Телевизионная техника. Телевизионная камера. Студия телевидения. Структура аппаратно-студийного комплекса (АСК). Блоки аппаратно-студийные (АСБ) и аппаратно-программные (АПБ). Телевизионная студия. Аппаратные</p>

		<p>режиссерская, звукорежиссерская, техническая. Аудиовизуальный контроль нескольких источников сигналов. Внестудийное телевизионное оборудование. Передвижные телевизионные станции. Репортажные средства. Видеокамера. Оборудование видеозаписи. Форматы видеозаписи. Показатели качества, классификация. Правила эксплуатации технических средств телевидения и радиовещания ПТЭ-2001. Цифровое телевидение. Представление видеосигнала в цифровой форме. Методы и форматы сжатия цифрового видеосигнала. Перспективы развития ТВ. Стандарты изображения SD и HD. 3D-видеоизображение. Новые электронные медиа. Роль журналиста в современном телевизионном производстве. Необходимость мультиплатформенной подготовки для конвергентной журналистики.</p>
Р.7	<p>Особенности технической структуры современной мультимедийной редакции СМИ</p>	<p>Пространственная организация текстового и изобразительного материала в настольных издательских системах. Графические станции. Возможности покомплектного расширения базового уровня. Программное обеспечение. Принципы воспроизведения полутонов на цифровых выводных устройствах. Типы выводных устройств. Лазерные принтеры и фотонаборные автоматы, их назначение, виды, специфика использования. Принцип формирования текстовой и изобразительной информации в фотонаборных автоматах, лазерных принтерах и других выводных устройствах. Аналоговая и цифровая цветопроба. Применение локальных и внешних сетей в издательстве. Архитектура вычислительной сети: файловый, коммуникационный, удаленный серверы, центральный маршрутизатор, антивирусная защита, система архивирования. Характеристика средств резервного копирования информации (стриммеры, магнитооптические диски, CD-ROM, CD-RW, RAID, DVD). Децентрализация печати периодических изданий, цель и значение. Современные возможности передачи информации по различным каналам связи (факсимильная передача изображения, передача цифрового сигнала). Организация централизованного выпуска газет. Региональные выпуски федеральных изданий: технические возможности, диалог с аудиторией, менеджерско-экономический потенциал. Мультимедийная редакция – как перспектива развития всех массмедиа в 21 веке.</p>
Р.8.	<p>Производственно-технологическая подготовка телевизионных и радиопрограмм</p>	<p>Технология формирования телевизионной и радиопрограммы. Программа, передача, сюжет. Эфирное вещание. Трансляция. Прямой эфир. Студийная и внестудийная видеосъемка и запись. Выбор плана. Монтажная съемка. Панорамирование. Экспозиция, фокусировка. Освещение. Цветовая температура. Баланс белого. Осветительное оборудование. Запись звука при радиозаписи и съемке. Микрофоны: классификация, особенности применения. Структура</p>

		<p>«звукового» кадра. Речь, музыка, интершум. Видеомонтаж. Принципы монтажа изображения и звука. Тайм-код. Просмотр, расшифровка, монтажный лист. Виды и режимы видеомонтажа и радиомонтажа. Линейный видеомонтаж. Нелинейный видеомонтаж. Особенности монтажа речевых видеофонограмм. Проблемы современного радио и телевидения: технологический аспект.</p>
Р.9.	Формные и печатные процессы	<p>Оборудование для верстки (монтажа) полос. Ручной монтаж фотоформ. Электронный спуск полос. Устройства для экспонирования формных пластин. Виды печатных форм, особенности изготовления.</p> <p>Полиграфические материалы для СМИ. Типы и основные характеристики бумаг. Краски. Дефекты, возникающие при печати. Виды и способы печати. Высокая печать. История возникновения и развития. Многообразие видов печатных форм, специфика их изготовления. Особенности воспроизведения текстовых и иллюстрационных оригиналов. Изобретения Иоганна Гутенберга. Возникновение книгопечатания в России (Иван Федоров, Петр Мстиславец). Преимущества и недостатки способа высокой печати. Печатные машины высокой печати.</p> <p>Флексография. Печатные формы на основе эласто- и фотополимеров. Машины флексографской печати.</p> <p>Плоская печать. История развития, общие сведения и основы плоской печати (А. Зенефельдер). Виды плоской печати. Традиционный формный процесс, прямое экспонирование печатной формы (СтР-технологии). Перспективы применения СтР-устройств в СМИ. Особенности печатного процесса. Печатные офсетные машины, их возможности.</p> <p>Цифровая печать. Сущность формирования изображения на формном цилиндре. Целесообразность применения способа цифровой печати. Новейшие разработки в области цифровой печати. Краткие характеристики печатных машин, особенности печатания различной издательской продукции.</p> <p>Глубокая печать. История возникновения. Технологические особенности изготовления печатных форм.</p> <p>Печатные машины глубокой печати. Области использования, преимущества и недостатки способа глубокой печати.</p> <p>Трафаретная печать. Принцип создания печатной формы. Технологические возможности способа трафаретной печати, области использования, перспективы развития. Машины трафаретной печати. Особенности печатания и виды печатных устройств.</p>
Р.10.	Послепечатные процессы	<p>Брошюровочные процессы: сталкивание листов, резка, фальцовка, комплектовка блоков, скрепление тетрадей,</p>

		<p>накидка обложки, подрезка. Оборудование для брошюровочных процессов.</p> <p>Отделочные процессы: лакировка оттисков, ламинирование, тиснение фольгой, штанцевание. Оборудование для отделочных процессов.</p> <p>Применение брошюровочных и отделочных процессов для различных типов периодических изданий.</p> <p>Приложения к печатным СМИ: виды, типы, основные характеристики и потенциальные возможности для расширения аудитории газеты или журнала. Сравнительный анализ данного вида деятельности в отечественных и зарубежных СМИ.</p>
<p>Р.11.</p>	<p>Восприятие печатной, аудиальной и визуальной информации массмедиа и основы моделирования процессов ее восприятия</p>	<p>Информация в тексте: актуальная информация, концептуальная, затекстовое пространство. Механизмы и эффекты восприятия массово-коммуникационной продукции. Процесс восприятия печатных сообщений СМИ. Проблема внимания и удобочитаемости. Непосредственное и опосредованное внимание. Повышение уровня внимания. Психологические механизмы идентификации, интернализации. Проблема понимания, памяти и массовая коммуникация.</p> <p>Закономерности оптимизации журналистской деятельности в печатных и электронных СМИ в расчете на массовую аудиторию. Расчетная, реальная, потенциальная аудитория и закономерности ее информационного поведения.</p>
<p>Р.12.</p>	<p>Теоретические основы моделирования деятельности массмедиа: печатные, электронные СМИ, сетевые издания</p>	<p>Модели и микромодели. КГМ и уровни моделирования периодических изданий и коммуникаторов электронных СМИ. Содержательная структура издания, теле-, радиопрограммы — основа моделирования. Системный подход в моделировании. Формула и концепции СМИ. Оформление, дизайн и моделирование газеты, журнала, теле-, радиопрограммы, сетевого издания..</p> <p>Содержательная модель и содержательная основа формообразования СМИ. Системный дизайн. Сетевой график и его элементы. Календарный план основных тематических разделов и рубрик. Планирование оперативной информации и иллюстраций. Аprobация и коррекция содержательной, критерии ее эффективности. Понятие о социально-психологических моделях телевизионных и радиальных коммуникаторов. Эффективность модельного подхода в СМИ.</p> <p>Модель графики издания. Графический облик газеты, журнала. Динамика и статика графики. Графика издания: выбор стиля. Психофизиологические особенности восприятия черно-белой и цветной графики. Шрифтографика и иллюстрации. Пространство и графика. Векторы внимания. Компьютерная инфографика и изографика, возможности и перспективы развития графической модели издания. Композиционное решение содержательных целей и задач издания. Композиция</p>

		номера. Композиция полосы. Композиция заголовков, иллюстраций и других выразительных элементов оформления. Размерные стереотипы. Стандарты набора и верстки. Макеты-стандарты. Компьютерные операции и стилевые файлы. История и развитие модельного подхода в современной журналистике.
--	--	--

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	З-1 - Перечислять и характеризовать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, используемые в профессиональной деятельности

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Техника и технология СМИ

Электронные ресурсы (издания)

1. Калмыков, А. А.; Интернет-журналистика : учебное пособие.; Юнити-Дана, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691525> (Электронное издание)
2. Олешко, Е. В., Лозовский, Б. Н.; Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие.; ФЛИНТА, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Олешко, Е. В., Лозовский, Б. Н.; Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.02 "Журналистика".; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2015 (120 экз.)
2. Галкин, С. И.; Техника и технология СМИ. Художественное конструирование газеты и журнала : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика".; Аспект Пресс, Москва; 2008 (5 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

<http://search.ebscohost.com>

<https://dlib.eastview.com/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

<https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic#basic>

<https://access.clarivate.com/login?app=wos&alternative=true&shibShireURL=https:%2F%2Fwww.webofknowledge.com%2F%3Fauth%3DShibboleth&shibReturnURL=https:%2F%2Fwww.webofknowledge.com%2F%3Fmode%3DNextgen%26action%3Dtransfer%26path%3D%252Fwos%252Fwoscc%252Fbasic-search%26DestApp%3DUA&referrer=mode%3DNextgen%26path%3D%252Fwos%252Fwoscc%252Fbasic-search%26DestApp%3DUA%26action%3Dtransfer&roaming=true>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Техника и технология СМИ

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

		<p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p>	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p>	Не требуется
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Паблик рилейшнз и реклама

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Автохутдинова Ольга Федоровна	кандидат филологических наук, без ученого звания	Доцент	русского языка и стилистики
2	Чепкина Элина Владимировна	доктор филологических наук, доцент	Заведующий кафедрой	русского языка и стилистики

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.11-08/45 от 30.06.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Автохутдинова Ольга Федоровна, Доцент, русского языка и стилистики
- Чепкина Элина Владимировна, Заведующий кафедрой, русского языка и стилистики

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1.	Паблик рилейшнз (ПР)	
P1.T1	Паблик рилейшнз (ПР) в системе социальных отношений	Паблик рилейшнз в современной практике деловых коммуникаций. Этические и правовые регуляторы ПР-деятельности Основные направления в деятельности ПР: практический аспект
P1.T2.	Становление ПР как самостоятельной деятельности в современной России	Политическая и экономическая среды и особенности и особенности их воздействия на отношения с общественностью. ПР-специалист в системе управленческой деятельности организации: уровень полномочий и профессиональные ориентиры.

P1.T3	ПР в системе маркетинговых коммуникаций	Сущность маркетинга .ПР в системе продвижения товаров
P1.T4	Формирование отношений со СМИ	<p>Российский медиа-рынок: тенденции современного развития .</p> <p>Журналистика, ПР и реклама: технологическая взаимосвязь и особенности дефиниций.</p> <p>Пресс-секретарь в профессиональной деятельности современной организации. Основные формы взаимодействия организации и СМИ.</p> <p>Социальная значимость информации как содержательная основа медиатекста</p>
P1.T5	Активные методы утверждения позитивной репутации организации на рынке	<p>Проведение презентаций в системе информационной деятельности.</p> <p>ПР в конфликтных и экстремальных ситуациях: преодоление негативных информационных последствий</p>
P2	Реклама	
P2.T1	Предмет и задачи курса. Основные понятия теории рекламы. Основные подходы к анализу рекламной деятельности	<p>Введение в теорию рекламы. Зарождение понятия «реклама».</p> <p>Проблема определения понятия «реклама» в современном рекламоведении. Реклама как информационная, новостная, экономическая коммуникация. Комплекс наук, изучающих рекламу, Система понятий теории рекламы. Основные концепции рекламы в современной науке. Маркетинговый, социологический, социально-психологический, креативный аспекты изучения рекламной деятельности.</p>
P2.T2	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Принципы организации рекламы. Функции рекламы.	<p>Закономерности функционирования рынка и идеология рекламы. реклама и маркетинг. инструменты маркетинга: продукция, ценообразование, канал распределения, продвижение. Маркетинговая коммуникация. Маркетинговый цикл.</p> <p>Понятие функции. Функциональный подход к рекламной деятельности. Теоретические подходы к анализу функции рекламы. Соотношений функций и целей в сфере производства и распространения рекламы. Маркетинговая, коммуникационная, экономическая, социальная функции рекламы.</p> <p>Рекламная политика редакции органа СМИ. Виды рекламных услуг в СМИ. Рекламная служба в системе других служб редакции. Структура и функции рекламной службы органа СМИ. Взаимодействие рекламной службы со службой маркетинга, финансовой службой, службой распространения, типографией. Факторы успешной политики рекламной службы органа СМИ.</p>
P.2.T3	Рекламный процесс: составляющие, их	Понятие рекламного процесса. Принципиальная схема рекламного процесса. Субъекты рекламного

	<p>взаимодействие. Субъекты рекламного рынка.</p> <p>Виды рекламы. Коммерческая политическая, социальная реклама</p>	<p>рынка. Рекламодатели. Основные рекламодатели на российском рынке: общенациональные и местные. Рекламные посредники: рекламные организации и частные лица. Средства распространения рекламной информации. Роль СМИ в распространении рекламы. Потребители рекламной информации. Второстепенные участники рекламного рынка. Исследовательские, маркетинговые, консалтинговые организации. Профессиональные объединения для координации рекламной деятельности и защиты корпоративных интересов. Государство как регулирующий субъект рекламного рынка.</p> <p>Специфика коммерческой рекламы. Реклама торговой марки. Торгово-розничная реклама. Адресно-справочная реклама. Директ-маркетинг. Бизнес-реклама. Реклама от имени частных лиц. Институциональная реклама: специфика задач и целей в отношении адресата. Политическая реклама. Специфика, жанры, особенности тематики и проблематики.</p> <p>Социальная реклама. Регуляция ценностных отношений в обществе и апелляция к общечеловеческим ценностям как основа специфики социальной рекламы. Правительство, общественные институты и группы как рекламодатели.</p>
<p>P2.T4</p>	<p>Реклама и общество. Правовое регулирование</p>	<p>Роль рекламы в содействии социально-экономическому и культурному развитию общества, повышению качества и уровня жизни, стимулированию производства и сбыта, совершенствовании качества товаров и услуг. Этика рекламы. Социальная ответственность рекламы. Нарушение правовых или этических норм в рекламе. Разновидности ненадлежащей рекламы: заведомо ложная, недобросовестная, недостоверная. Неэтичная реклама. Скрытая реклама. Ответственность рекламодателя, рекламопроизводителя или рекламораспространителя за нарушение законодательства о рекламе.</p> <p>Общая характеристика средств распространения рекламы.</p> <p>Печатные СМИ как носители рекламных сообщений. Структура рекламного сообщения в печати: визуальные и текстовые элементы. Разновидности и функции рекламных заголовков. Дизайн печатной рекламы. Модульная, рубричная реклама, рекламные вкладки.</p> <p>Специфика радио как носителя рекламных сообщений. Национальные и местные радиостанции. Особенности восприятия текста радиоаудиторией. Понятие формата радиостанции. Влияние формата на характер рекламных сообщений. Реклама в радиосети и точечная радиореклама. Достоинства и недостатки радиорекламы. Жанры радиорекламы. Тактики привлечения внимания радиоаудитории.</p> <p>Специфика телевидения как носителя рекламных сообщений. Национальные и местные телеканалы. Особенности</p>

		<p>восприятия текста телеаудиторией. Достоинства и недостатки телерекламы. Жанры телерекламы. Тактики повышения эффективности телерекламы.</p> <p>Специфика Интернета как носителя рекламных сообщений. Особенности восприятия текста аудиторией сети Интернет. Достоинства и недостатки интернет-рекламы. Жанры интернет-рекламы.</p> <p>Понятие рекламной кампании. Комплексный план рекламной кампании: установление цели, установление ответственности, планирование бюджета, разработка тем, выбор средств рекламы, производство рекламных сообщений и стратегия их размещения, измерение эффективности, подведение итогов.</p> <p>Факторы формирования рекламного бюджета: объем и размеры рынка, этап жизненного цикла товара, затраты конкурентов, финансовые ресурсы и др. Методы исчисления величины рекламного бюджета. Структура распределения ассигнований на рекламу. Контроль за эффективностью использования средств.</p> <p>Факторы обеспечения эффективности рекламной деятельности с учетом требований потребителя, отраслевой специфики и условий предпринимательской среды.</p> <p>Организация и проведение научных исследований в области рекламы, потребительских предпочтений и спроса, обеспечения эффективного функционирования рекламных агентств и рекламных служб предприятий и организаций на внутреннем и внешнем рынке. Основные направления исследований в рекламе: изучение потребителей, анализ товара, рынка, средств распространения рекламы, испытания товаров.</p> <p>Планирование исследований: определение состава выборки, выбор метода коммуникации, составление анкет для сбора данных, анализ и интерпретация данных. Исследования сегментации рынка. Факторы покупательского поведения: демографические и психографические особенности, образ жизни.</p>
<p>P2.T5</p>	<p>Традиционные (печать, радио, телевидение) и новые средства распространения рекламы (Интернет и другие компьютеризированные каналы размещения)</p>	<p>Общая характеристика средств распространения рекламы.</p> <p>Печатные СМИ как носители рекламных сообщений. Структура рекламного сообщения в печати: визуальные и текстовые элементы. Разновидности и функции рекламных заголовков. Дизайн печатной рекламы. Модульная, рубричная реклама, рекламные вкладки.</p> <p>Специфика радио как носителя рекламных сообщений. Национальные и местные радиостанции. Особенности восприятия текста радиоаудиторией. Понятие формата радиостанции. Влияние формата на характер рекламных сообщений. Реклама в радиосети и точечная радиореклама. Достоинства и недостатки радиорекламы. Жанры</p>

		<p>радиорекламы. Тактики привлечения внимания радиоаудитории.</p> <p>Специфика телевидения как носителя рекламных сообщений. Национальные и местные телеканалы. Особенности восприятия текста телеаудиторией. Достоинства и недостатки телерекламы. Жанры телерекламы. Тактики повышения эффективности телерекламы.</p> <p>Специфика Интернета как носителя рекламных сообщений. Особенности восприятия текста аудиторией сети Интернет. Достоинства и недостатки инетрент-рекламы. Жанры интернет-рекламы.</p>
<p>P2.T6</p>	<p>Планирование рекламной кампании. Оценка эффективности рекламной кампании. Исследования в рекламе.</p>	<p>Понятие рекламной кампании. Комплексный план рекламной кампании: установление цели, установление ответственности, планирование бюджета, разработка тем, выбор средств рекламы, производство рекламных сообщений и стратегия их размещения, измерение эффективности, подведение итогов.</p> <p>Факторы формирования рекламного бюджета: объем и размеры рынка, этап жизненного цикла товара, затраты конкурентов, финансовые ресурсы и др. Методы исчисления величины рекламного бюджета. Структура распределения ассигнований на рекламу. Контроль за эффективностью использования средств.</p> <p>Факторы обеспечения эффективности рекламной деятельности с учетом требований потребителя, отраслевой специфики и условий предпринимательской среды.</p> <p>Организация и проведение научных исследований в области рекламы, потребительских предпочтений и спроса, обеспечения эффективного функционирования рекламных агентств и рекламных служб предприятий и организаций на внутреннем и внешнем рынке. Основные направления исследований в рекламе: изучение потребителей, анализ товара, рынка, средств распространения рекламы, испытания товаров.</p> <p>Планирование исследований: определение состава выборки, выбор метода коммуникации, составление анкет для сбора данных, анализ и интерпретация данных. Исследования сегментации рынка. Факторы покупательского поведения: демографические и психографические особенности, образ жизни.</p>
<p>P2.T7</p>	<p>Позиционирование в рекламе. Уникальное</p>	<p>Понятие позиционирования в рекламе. Особенности позиционирования товара на уровне сознания потребителей.</p>

	<p>торговое предложение. Эмоциональное предложение. Событийный маркетинг. Репозиционирование. Психология рекламы.</p>	<p>Психологические предпосылки позиционирования: избирательность восприятия информации, учет факторов риска при покупке товара, роль ключевых слов в позиционировании товара и внедрении новых ценностей. Ловушка линейного расширения в позиционировании товара. Уникальное торговое предложение. Эмоциональное предложение. Событийный маркетинг. Основные подходы и стратегии Репозиционирование в рекламе. Расфокусировка образа товара и изменение установок потребителей как факторы репозиционирования. Основные стратегии репозиционирования. Понятие мотива и человеческой мотивации в современной психологии. Биогенные и социогенные мотивы. Структура и динамика мотивации.</p> <p>Понятие установки. Убеждение и внушение в рекламе. Использование рациональных, эмоциональных и нравственных (социальных) мотивов в рекламе. Суггестивное воздействие рекламного текста.</p>
P2.T8	<p>Брэндинг как инструмент продвижения товаров на рынок. Особенности рекламирования брэнда</p>	<p>Традиционные мероприятия брэндинга. Процесс преобразования торговой марки в брэнд. Этапы формирования брэнда, особенности позиционирования брэнда. Характеристики целевой группы потребителей, влияющие на позиционирование брэнда. Характеристики сложившегося брэнда. Особенности рекламирования брэнда. Возможности печатной, телевизионной, аудио- и интернет-рекламы.</p>
P2.T9	<p>Специфика креативной деятельности в рекламе</p>	<p>Сущность творчества. Виды творческой деятельности. Реклама как область творческой деятельности. Виды, формы, способы творчества. Творческая индивидуальность.</p> <p>Креативный компонент рекламного текста. Варианты основного подхода к поиску идей рекламного сообщения: метафора, гипербола, символизм, аналогия, юмор и др.</p> <p>Креативные приемы демонстрации товара в рекламном тексте.</p> <p>Символическая организация современного рекламного текста: пространство, время, персонажи. Человеческое тело как ключевой символ рекламного текста.</p>
P2.T10	<p>Проблемы и особенности развития отечественного рынка рекламы. Мировой рынок рекламы. Международная реклама</p>	<p>Специфика восприятия рекламы в России начала 90-х, 2000 гг. Причины негативного отношения к рекламе. Вписывание рекламы в жизненные стратегии показного потребления.</p> <p>Особенности современного этапа развития рекламы в России. Современные технологии рекламной деятельности. Международный маркетинг. Открытие и регулирование. Структура международной рекламы. Глобальные рекламные кампании. Специфические трудности в международной рекламе.</p>

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной профессиональной деятельности	ПК-13 - Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	У-1 - Анализировать и сравнивать функциональные особенности популярных сетей и других каналов, их возможности для продвижения журналистских текстов

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Паблик рилейшнз и реклама

Электронные ресурсы (издания)

1. Булатова, С. Н.; Рекламная деятельность учреждений СС и СКС : учебное пособие.; Кемеровский государственный университет культуры и искусств (КемГУКИ), Кемерово; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227789> (Электронное издание)
2. Булатова, Э. В.; Стилистика текстов рекламного дискурса : [учебное пособие для студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлению подготовки 031300 "Журналистика"].; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2012; <http://hdl.handle.net/10995/29138> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Стровский, Д. Л., Казанцев, С. К.; Паблик рилейшнз в конфликтных и экстремальных ситуациях : Учеб. пособие по курсу организации и техники внешнеэкономической деятельности.; УГТУ, Екатеринбург; 1996 (2 экз.)
2. Викентьев, И. Л.; Приемы рекламы и Public Relations. Программы-консультанты; ТРИЗ-ШАНС, Санкт-Петербург; 2002 (6 экз.)
3. Почепцов, Г. Г., Морозов, А. В.; Паблик рилейшнз для профессионалов; Рефл-бук : Ваклер, Москва ; Киев; 2005 (15 экз.)
4. Уэллс, У., Артюх, М., Крылов, И. В., Ульяновский, А. В.; Реклама: принципы и практика; Питер, Санкт-Петербург ; Москва ; Харьков ; Минск; 2001 (6 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Зональная научная библиотека УФУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:<http://lib.urfu.ru>.
2. Факультет журналистики ИГНИ УрФУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://journal.usu.ru>.

3. Журнал «Известия УрФУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: urfu.ru/science/scientific-publications/izvestija-urfu.
4. Свердловская областная библиотека им. В.Г. Белинского [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belinka.ur.ru>.
5. Библиотека по журналистике сайта Eartist [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eartist.narod.ru/journ.htm/>.
6. Электронная библиотека текстов по теории и истории коммуникаций и журналистике. – URL: <http://www.eartist.narod.ru/journ.htm>
7. Электронно-библиотечная система «Знаниум». – URL: <http://znanium.com>
8. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line». – URL: <http://www.biblioclub.ru>
9. База Медиатеки факультета журналистики МГУ, портал научных исследований и методик журналистского образования «Медиаскоп» www.mediascore.ru
10. Сайт о проблематике и современных технологиях информационного анализа. – URL: <http://www.medialogia.ru>.

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

<https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic#basic>

https://www.elibrary.ru/project_risc.asp

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Паблик рилейшнз и реклама

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc

		<p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p>
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p>	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p>	Не требуется
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Медиасистема

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Попова Мария Федоровна	кандидат филологических наук, доцент	Доцент	периодической печати и сетевых изданий
2	Сумская Анна Сергеевна	кандидат педагогических наук, доцент	Доцент	периодической печати и сетевых изданий

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.11-08/45 от 30.06.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Попова Мария Федоровна, Доцент, периодической печати и сетевых изданий
- Сумская Анна Сергеевна, Доцент, периодической печати и сетевых изданий

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Т.1.	Предмет, методы и задачи курса. Классификация и типология СМИ. Типоформирующие факторы. Типологические характеристики	Классификация и описание СМИ. Типы информационного пространства. Информационный режим и информационный рынок. Динамика развития СМИ России на рубеже веков. Особенности функционирования печати в условиях информационного рынка. Тип издания как исторически сложившаяся, устойчивая модель (коллективный образ) группы СМИ. Факторы, формирующие тип СМИ. Типологические характеристики: содержательная модель (направление, содержание, структура, предмет, авторы, жанры, стиль, характер общения с аудиторией).
Т.2.	Социальная структура общества и система СМИ. Классификация и типология периодической печати. Видовые особенности периодики.	Информационное пространство России и структура отечественных СМИ. Основные каналы передачи и способы кодирования информации. Электронные, печатные и особые СМИ. Виды печатных СМИ: газета, журнал, альманах, бюллетень, сборник. Видовые особенности изданий и их типологические характеристики: назначение, характер информации, периодичность выхода, формат. Классификация прессы по фактору доступности информации. Массовые СМИ. Профессиональная (отраслевая, ведомственная, корпоративная) пресса. Специализированные издания.

Т.3.	Детская и молодежная пресса в системе СМИ	<p>Дети как аудитория. Качественные и количественные параметры детской аудитории российских СМИ. Возрастная периодизация детства и структура СМИ для юных. Детская пресса в системе медиаобразования. Самостоятельная детская пресса: классификация, многообразие форм бытования, социальные функции юнкорского движения.</p> <p>Молодежь как социально-демографическая группа общества. Биологические, социально-культурные, психологические характеристики возраста. Количественные и качественные параметры молодежи как аудитории СМИ: мобильность, острота реакции, юношеский максимализм, неформальный подход к анализу и оценкам общественной ситуации, отсутствие жизненного (житейского) опыта, подверженность влиянию, стремление к групповой идентификации, неустойчивое внимание, превалирование досуговых интересов, способы получения информации, характер отношения с масс-медиа.</p>
Т.4.	Издания для семейного чтения в системе современных средств массовой информации России.	<p>Семейная тема в массовых СМИ. Пресса для всей семьи и для семейного чтения: структура, типологические характеристики. Аудитория семейной прессы. Семья как социальный феномен. Социальные функции семьи (экономическая, репродуктивная, рекреативная, коммуникативная, воспитательная, социализации, регулятивная, социального самоопределения) как основные тематические компоненты содержательной модели.</p>
Т.5.	Профессиональная периодика в системе СМИ. Деловая пресса.	<p>Профессиональная, ведомственная, отраслевая, корпоративная пресса: общее и особенное. Факторы формирования и динамика развития данной группы СМИ в условиях информационного рынка. Деловая пресса современной России: взгляд с позиции типологии. Целевая аудитория деловой прессы. Концепции деловых изданий, функции, задачи. Структура деловой прессы (классификации Д.Мурзина, Д.Гавра, М.Кулева и других исследователей). Качественная (элитарная) периодика, деловые издания комплексной тематики, популярные информационно-коммерческие еженедельники, рекламно-справочные издания. Особенности их содержательной модели и оформления. Региональная деловая пресса.</p>
Т.6.	Специфика менеджмента в медийной сфере. Тип газеты и структура редакции. Планирование и целевое программирование в журналистике.	<p>Организационная модель современной редакции газеты и журнала. Оптимальная структура редакции (тип издания и структура редакции, плоская и пирамидальная структура; штатное расписание, профилизация и интегральная компетенция сотрудников; редактор, его должностные обязанности и права; редколлегия как руководящий и совещательный орган; секретариат, отделы и службы редакции).</p> <p>Материально-техническая база современной редакции. Система и принципы планирования, виды редакционных</p>

		<p>планов: долгосрочное и краткосрочное планирование, целевое программирование в журналистике. Сетевой график как разновидность долгосрочного планирования.</p>
Т.7.	<p>Моделирование в журналистике.</p>	<p>Понятие моделирования. Моделирование в журналистике как научно-обоснованная разработка всех компонентов редакционной деятельности. Модель как упрощенный аналог средства массовой информации. Принципы моделирования. Содержательная и композиционно-графическая модель издания. Виды моделей по исполнению: графическая модель, описательная модель, физическая модель. Проектная деятельность в журналистике: результаты маркетинговых исследований как основа моделирования. Аудитория, учредитель, назначение издания. Портрет аудитории. Подготовка регистрационных документов (заявление на регистрацию – Закон о СМИ, глава 2, статья 10; портрет целевой аудитории; редакционная статья для пилотного номера). Презентация проекта.</p>
Т. 8.	<p>Основные тенденции формирования и функционирования современных электронных СМИ.</p>	<p>Современные тенденции развития телевидения, радиовещания, интернет-СМИ: процессы глобализации, коммерциализации, монополизации, визуализации, демассификации, конвергенции, виртуализации, дегуманизации и др. в отечественных средствах массовой информации XXI века. Смена вещательной модели на партнерскую.</p> <p>Экономическая миссия современных электронных СМИ. Экономическая роль современных СМИ как инструмента воздействия на сферы производства и потребления. Конструирование системой электронных СМИ аудитории для удовлетворения спроса рекламодателей. Законы функционирования медиабизнеса. Противоречие между социальным предназначением электронных СМИ и превращением их в предприятия рыночной экономики.</p> <p>Электронные СМИ как индустрия развлечений. Электронные СМИ в структуре свободного времени. Свободное время аудитории как ключевой ресурс, объясняющий роль СМИ в жизни общества в целом и отдельных индивидуумов в частности. СМИ в поисках развлекательного контента. Факторы, стимулирующие активное внедрение развлекательных материалов в СМИ.</p>
Т.9.	<p>Электронные СМИ как важный компонент медиасистемы.</p>	<p>Классификация и типология электронных СМИ на основе нелинейного принципа Медиасистема как сложноорганизованный объект. Компоненты медиасистемы, образующие системную совокупность: собственно СМИ, профессиональные кадры, медиаинфраструктура, технические средства, потребители печатной, аудиовизуальной продукции и функциональные органы. Отечественные электронные СМИ на основе авторской концепции типологических доминант (И. А. Фатеева). Основные три типа (коммерческие, информальные, обслуживающие) и три промежуточных (общественные,</p>

		рекламные, учебные). Сектор коммерческих СМИ включает качественные, массовые и квалюидные, сектор обслуживающих – государственные, муниципальные, партийные, конфессиональные и корпоративные СМИ, а сектор информальных – гражданские, самодельные и блогосферу.
Т.10.	Российские информационные агентства	Информационные агентства в отечественной медиасистеме, роль ИА в системе СМИ. Наиболее важные вехи развития информагентств России. Система информагентств. ИТАР-ТАСС, Интерфакс, РИА-Новости (реорганизовано в международное ИА Россия сегодня, декабрь 2013), которое в том числе включает Агентство экономической информации «ПРАЙМ», Российское агентство науки и технологий «РИА Наука», Агентство спортивной информации «Р-Спорт». Российское агентство правовой и судебной информации, ИА РЕГНУМ, Росбалт и др.
Т.11.	Коммерческие и обслуживающие электронные СМИ	<p>Качественные коммерческие СМИ: радиостанция Коммерсантъ FM, телеканал Коммерсантъ, цифровое СМИ kommersant.ru, а также тематические приложения, региональные выпуски. Качественные СМИ в секторе радио – «Эхо Москвы», «Бизнес FM», телевидения – «РБК ТВ» и др. Качественные цифровые СМИ: rbcdaily.ru, rbc.ru, top.rbc.ru. Массовые СМИ – телеканалы ТНТ, СТС и пр.</p> <p>Квалюиды – радиостанция «Европа плюс», нишевые телеканалы и др. Обслуживающие электронные СМИ: телевидение – телеканал «Первый канал», телеканал «Россия 1», «Россия 2», «Россия К», «Россия 24», «Пятый канал – Петербург» и др.; радиостанции - «Радио России», «Маяк», «Радио Культура», «Вести FM» и др.</p> <p>Обслуживающие государственные цифровые порталы: 1tv.ru, rusnovosti.ru, 5-tv.ru, rg.ru, vesti.ru, strana.ru, izvestia.ru и др.</p> <p>Государственные, муниципальные, партийные, конфессиональные и корпоративные СМИ.</p>
Т.12.	Информальные и рекламные электронные СМИ	<p>Информальные медиа как самодельные. Гражданские самодельные СМИ. Блогосфера, в т.ч. блоги профессиональных журналистов. Персональные странички в социальных сетях как информальные медиа.</p> <p>Рекламные СМИ как переходные между коммерческими и обслуживающими (как правило, рекламно-информационные).</p>
Т.13.	Российские медиахолдинги	<p>Отечественные медиахолдинги как феномен. Медиахолдинги как собственность Информационно-промышленных концернов.</p> <p>Холдинги: «Коммерсантъ», «Газпром-Медиа Холдинг», «News Media», «Комсомольская правда», «Национальная Медиа Группа», ВГТРК, «РосБизнесКонсалтинг», «Проф-Медиа», «Дождь», «Московский комсомолец».</p>

		ИТАР-ТАСС, Интерфакс, РИА-Новости как медиахолдинги. Место российских ИА на международном информационном рынке.
--	--	---

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-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	З-1 - Описывать общие закономерности и особенности развития различных медиакоммуникационных систем под воздействием политических, экономических механизмов, правовых и этических норм

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Медиасистема

Электронные ресурсы (издания)

1. Цвик, В. Л.; Телевизионная журналистика : учебное пособие.; Юнити-Дана, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682994> (Электронное издание)
2. , Варганова, Е. Л.; Медиасистема России : учебное пособие.; Аспект Пресс, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495935> (Электронное издание)
3. Корконосенко, С. Г.; Теория журналистики: моделирование и применение : учебное пособие.; Логос, Москва; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84983> (Электронное издание)
4. , Варганова, Е. Л.; Основы медиабизнеса : учебное пособие.; Аспект Пресс, Москва; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104058> (Электронное издание)

Печатные издания

1. , Засурский, Я. Н., Варганова, Е. Л., Шкондин, М. В.; Средства массовой информации России : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 520600 и специальности 021400

"Журналистика".; Аспект Пресс, Москва; 2011 (2 экз.)

2. , Алексеева, М. И., Болотова, Л. Д., Вартанова, Е. Л., Воронова, О. А., Засурский, Я. Н., Шкондин, М. В., Садовничий, В. А.; Средства массовой информации России : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика".; Аспект Пресс, Москва; 2005 (4 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Национальная ассоциация телерадиовещателей, <http://www.nat.ru/>.
2. Гильдия издателей периодической печати , <http://www.gipp.ru/>.
3. Агентство «Роспечать», <http://www.rosp.ru/>.
4. Ассоциация коммуникационных агентств России, <http://www.akarussia.ru/>.
5. Союз журналистов России, <http://www.ruj.ru>.
6. Журнал Кабельщик, <https://www.cableman.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Зональная научная библиотека УрФУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:<http://lib.urfu.ru>.
2. Научная библиотека УрФУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.usu.ru>
3. Журнал «Известия УрФУ», <https://journals.urfu.ru/index.php/Izvestia1> .
4. Свердловская областная библиотека им. В.Г. Белинского, <http://book.uraic.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Медиасистема

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc

		соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Не требуется
5	Самостоятельная работа студентов	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Профессиональная этика и культура
журналиста

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Бессонов Станислав Игоревич	кандидат филологических наук, без ученого звания	Доцент	периодической печати и сетевых изданий
2	Лозовский Борис Николаевич	доктор филологических наук, доцент	Профессор	периодической печати и сетевых изданий

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.11-08/45 от 30.06.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Бессонов Станислав Игоревич, Доцент, периодической печати и сетевых изданий
- Лозовский Борис Николаевич, Профессор, периодической печати и сетевых изданий

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
	Профессиональная культура журналиста	
Р.1.	Предмет и задачи курса. Профессиональная культура журналиста контексте современной социальной практики	<p>Введение. Определение понятий «профессия», «культура», «журналистика». Идентификация определений применительно к понятию «Профессиональная культура журналиста».</p> <p>Особенности профессиональной культуры журналиста. Место данного курса в системе журналистского образования. Цель предмет и задача курса, его научное, профессиональное и организационно-технологическое наполнение. Понятие профессиональной культуры журналиста в контексте исторического развития российской журналистики как деятельности государственной важности: начиная от древних летописцев до наших дней. Связь курса с социологической и политической культурой, в частности с проблемами плюрализма, межнациональных и межконфессиональных отношений в обновляющейся социально-экономической жизни общества. Литература, другие источники информации по тематике курса. Широта и изменчивость представлений о профессии журналиста.</p> <p>Профессиональная культура журналиста как единство мировоззренчески-поведенческих элементов и комплекса технологий творческой деятельности индивидов. Праксеологическая и ментальная составляющие профессиональной культуры журналиста. Слагаемые этих</p>

		<p>составляющих, значение каждой из них в формировании профессиональной культуры журналиста. Факторы, способствующие возрастанию роли профессиональной культуры журналиста на современном этапе развития российского общества. Идеология потребительского общества и журналистика как часть культуры: проблема взаимоотношений. Значение профессиональной культуры в деятельности работников средств массовой информации, ее место в программах подготовки и переподготовки кадров. Журналистский текст как выразитель профессиональной культуры автора и как органическая часть социальной практики.</p>
<p>Р.2.</p>	<p>Гуманизм, человеколюбие как стержень журналистской культуры. СМИ и аудитория в пространстве диалога</p>	<p>Гуманистические, человеколюбивые традиции российской журналистики. Человек как источник информации в журналистской деятельности, принципы выстраивания взаимоотношений, ответственность друг перед другом. Человек как нештатный автор, принципы и логика сотрудничества. Человек как герой журналистского текста. Его место в дальнейшей творческой биографии журналиста. Человек — читатель, зритель, слушатель. Культура налаживания диалога, обратной связи с потребителем информационного продукта. Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений. Опыт проведения современных форм организационно-массовой работы редакций. Технологии реализации различного рода игр в современной журналистской практике.</p>
<p>Р.3.</p>	<p>Человек, индивид, личность: редукция творческой индивидуальности</p>	<p>Природные и социальные основы человеческой индивидуальности. В чем они выражаются, как взаимодействуют. Ментально-мировозренческие начала смысловой сферы журналистики. Роль журналистского образования в формировании профессиональной культуры, отличие культуры профессионала от непрофессионалов в журналистике. Профессиональная деятельность как фактор формирования личности журналиста, его профессиональной культуры. Журналистская личность в профессиональной среде, в редакционном коллективе, в обществе. Взаимовлияние, взаимообогащение. Концептуальность творческой деятельности — субъект, цели, формирование позиции. Технологии достижения поставленной цели. Плюралистическая заряженность профессиональной культуры журналиста, ее неотделимость от культуры в целом. Психологические, нравственные и социальные особенности журналистской личности. Сущность творчества, виды творчества. Творчество как стержень развития общества. Свобода в творчестве журналиста. Понимание позитивной и негативной свободы (свободы созидательной и потребительской). Юридические, экономические основы свободы журналиста. Проблемы зависимости и независимости журналиста. Этапы творческой работы журналиста над своим произведением. Текст как законченное в смысловом отношении произведение. Содержание и форма. Жанр как</p>

		<p>форма. Творческая индивидуальность: задатки, знания, навыки, мастерство, искусство. Ситуационные модели творческого технологического комплекса. Ситуация текстообразования, формирования комплекса аудиовизуальной информации. Характерологические особенности коммуникационных каналов. Личность журналиста на информационном поле. Планирование, прогнозирование в журналистской работе. Субъективное и объективное в личности и деятельности журналиста. Практика и теория интерпретации сведений, фактов, информации. Пути к истине: через выразительность, литературное мастерство и через полное изучение, исследование, расследование реальных фактов, событий, явлений жизни.</p>
Р.4.	Творческий потенциал журналиста в контексте профкультуры	<p>Психологические, нравственные и социальные особенности журналистской личности. Сущность творчества, виды творчества. Творчество как стержень развития общества. Свобода в творчестве журналиста. Понимание позитивной и негативной свободы (свободы созидательной и потребительской). Юридические, экономические основы свободы журналиста. Проблемы зависимости и независимости журналиста. Этапы творческой работы журналиста над своим произведением. Текст как законченное в смысловом отношении произведение. Содержание и форма. Жанр как форма. Творческая индивидуальность: задатки, знания, навыки, мастерство, искусство. Ситуационные модели творческого технологического комплекса. Ситуация текстообразования, формирования комплекса аудиовизуальной информации. Характерологические особенности коммуникационных каналов. Личность журналиста на информационном поле. Планирование, прогнозирование в журналистской работе. Субъективное и объективное в личности и деятельности журналиста. Практика и теория интерпретации сведений, фактов, информации. Пути к истине: через выразительность, литературное мастерство и через полное изучение, исследование, расследование реальных фактов, событий, явлений жизни.</p>
Р.5.	Профессиональная культура журналиста во взаимосвязи и взаимообусловленности с культурой речи	<p>Общие закономерности современного состояния отечественной культуры и журналистики как ее составной части, русского языка как средства мышления и общения. Язык как носитель и выразитель национальной культуры. Языковая картина мира: что это такое как она формируется, в том числе СМИ. Культура речи и профессиональная культура журналиста: взаимозависимость. Культура речи как конкретная реализация языковых свойств и возможностей в условиях повседневного общения. Культура речи и язык современных российских СМИ. Язык как показатель профессиональной культуры журналиста. Уровень владения языковой сокровищницей и стилистикой речи как показатель литературного мастерства и профессиональной культуры журналиста. Пути решения проблем речи в современных российских СМИ — пути достижения профессиональной культуры журналиста. Опыт защиты национальных языков в странах мира. Закон о русском языке, его исполнение. Проект</p>

		речевого кодекса российского журналиста: подоплека и перспективы.
Р.6.	Образование и профессиональная культура журналиста	<p>Гуманистические, человеколюбивые традиции российской журналистики. Человек как источник информации в журналистской деятельности, принципы выстраивания взаимоотношений, ответственность друг перед другом. Человек как нештатный автор, принципы и логика сотрудничества. Человек как герой журналистского текста. Его место в дальнейшей творческой биографии журналиста. Человек — читатель, зритель, слушатель. Культура налаживания диалога, обратной связи с потребителем информационного продукта. Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений. Опыт проведения современных форм организационно-массовой работы редакций. Технологии реализации различного рода игр в современной журналистской практике.</p> <p>Специфика творческой деятельности журналиста. Своеобразие профессиональной журналистской ориентации. Систем отбора абитуриентов. Личность абитуриента в представлении творческой конкурсной комиссии факультета журналистики. Его предрасположенность к художественному творчеству и служению общественным интересам. Этапы творческого конкурса. Образовательный процесс. Роль факультетского «закулисья» в подготовке журналистов, в формировании у них профессиональных и моральных принципов. Опыт производственной практики в понимании миссии журналистики в обществе. Осознание профессиональной ответственности за свое слово перед народом. Выработка потребностей в систематическом саморазвитии. Обретение знаний и навыков работы с литературой, информацией, в органах государственного и местного управления. Осознание исторической миссии российских СМИ в системах «Общество, СМИ, власть» и «Власть, СМИ, общество» Понимание журналистской деятельности как части творческой деятельности, лежащей в основе развития общества в целом.</p>
Р.7.	Социальная ответственность журналиста в системе его профессиональной культуры	<p>Социальная ответственность журналиста — фундамент его профессиональной деятельности и миссия. Природа и история развития российской журналистики как деятельности «государственных людей» в контексте социальной ответственности. Теория партийной, либертарианской, социально ответственной журналистики. Глобальная и национальная журналистика: что объединяет, что разъединяет. Причины противоречий. Принципы, лежащие в основе зарождающейся конфессиональной, в частности православной журналистики. Продолжение ими традиций русской журналистики. Отличительные тенденции развития конфессиональных и светских СМИ. Патронат, финансовое обеспечение развития конфессиональных СМИ. Задачи национальной самоидентификации в религиозной журналистике. Связь с национальными культурами. Принципы высокой морали, взаимоотношений религий, СМИ и власти. Пиарналистика как проявление «дьявольщины» в</p>

		отечественной журналистике (мнение некоторых православных иерархов). Действенность журналистики как составная социальной ответственности. Плюрализм мнений — демократическая ценность журналистики.
Р.8.	Этика журналиста в контексте его профессиональной культуры	<p>Понятия этики и профессиональной этики журналиста: общее и отличительное. История формирования представлений о профессиональной этике журналиста: предпосылки, причины, этапы развития. Наука о профессиональной журналистской этике: Ломоносов, Пушкин. В советский период: Бухарцев, Киричек, Федотова, Теплюк, Авраамов, Лазутина, другие. Этапы формирования этических принципов в работе журналиста: Кодекс профессиональной этики журналиста (1991 г.), Декларация Московской хартии журналистов (1994 г.), Кодекс профессиональной этики российского журналиста (1994 г.), Декларация гильдии судебных репортеров (1997 г.) Хартия телерадиовещателей (1999 г.), Этические принципы профессионального поведения журналистов, освещающих акты терроризма и контртеррористические операции (2003 г.). Система этического регулирования журналистской деятельности в других странах, в мире в целом. Сравнительный анализ российских и других этических журналистских систем: общее и различное. Основные принципы профессиональной этики российских журналистов как основа корпоративных кодексов СМИ.</p>
	Профессиональная этика журналиста	
Тема 1.	Предмет и содержание курса.	<p>Профессиональная этика как наука и проблема практики. Понятие морали и профессиональной морали. Зарождение и развитие профессиональной морали журналистского сообщества. Формирование профессионально-этических взглядов в истории российской журналистики. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. Профессиональная этика в зарубежных средствах массовой информации. Международные принципы журналистской этики.</p>
Тема 2.	Этизация профессии как научно-практическая проблема.	<p>Состояние профессиональной этики как науки. Этические проблемы журналистской практики. Политические, экономические, социально-психологические, творческие проблемы средств массовой информации и этический взгляд на профессию. Профессионально-этическое сознание как носитель опыта журналистского сообщества. Понятие о профессиональном сознании трудовой группы, его структуре и формах, в которых оно существует. Место и роль нравственных представлений в профессиональном сознании журналистского сообщества. Взаимодействие профессионального сознания группы и индивидуального сознания журналиста.</p> <p>Профессионально-нравственные взгляды, чувства, поступки как формы проявления профессионально-нравственной зрелости журналиста. Структура профессионально-этического журналистского сообщества. Категории, определяющие профессионально-нравственную позицию журналиста</p>

		<p>(профессиональный долг, профессиональная ответственность, профессиональная совесть, профессиональное достоинство, профессиональная честь).</p> <p>Условия мешающие и способствующие этизации журналистики. Особенности “ведомственного” мышления журналистов. Кто и за что критикует “четвертую” власть.</p>
Тема 3.	Базовые профессионально-этические принципы журналистики.	Свобода слова и массовой информации; достоверность используемых сведений; получение информации законными способами; общественная значимость информации; минимизация вреда источникам, персонажам; оптимизация блага для большинства аудитории. Применение принципов в повседневной практике журналистов для разрешения этических затруднений.
Тема 4.	Профессионально-этические нормы.	Профессионально-этические нормы? направляющие поведение журналиста в конкретных областях профессионально-нравственных отношений (журналист- адресат информации, журналист – действующие лица публикации, журналист – источники информации, журналист – внештатные авторы, журналист – коллеги, журналист – представители власти).
Тема 5.	Этические нормы при сборе и распространении информации.	<p>Проступки журналистов против чести и достоинства личности. Нарушения профессиональной этики, ущемляющие право граждан на получение информации.</p> <p>Нарушения профессиональной этики, ущемляющие право граждан на свободу выражения мнений. Нарушения профессиональной чести журналиста, служебной этики и профессиональной солидарности. Этический подход в освещении преступлений, терроризма, насилия.</p>
Тема 6.	Профессионально-этические затруднения в журналистике и способы их разрешения.	<p>Социальная действительность как источник коллизий в профессиональной деятельности журналистов. Экономическая, правовая, деонтологическая природа коллизий.</p> <p>Профессионально-этические дилеммы: платить или не платить источнику информации; раскрывать источник информации или нет; применять скрытые методы получения информации или нет; принимать подарки, услуги, деньги от третьих лиц или нет; работать “на заказ” или нет; использовать организованную утечку информации или нет; что важнее – этически выверенная позиция или выполнение профессионального долга.</p> <p>Принципы и способы разрешения этических дилемм.</p>

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной	Вид воспитательной	Технология воспитательной	Компетенция	Результаты обучения
----------------------------	--------------------	---------------------------	-------------	---------------------

деятельности	деятельности	деятельности		
Формирование социально-значимых ценностей	культурно-просветительская деятельность	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях	З-2 - Обосновать роль профессиональной культуры и значимость соблюдения профессиональных этических норм для успешной профессиональной деятельности Д-1 - Демонстрировать стремление к профессиональному росту и развитию, самокритичность и умение учиться, нацеленность на результат

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Профессиональная этика и культура журналиста

Электронные ресурсы (издания)

1. Олешко, Е. В., Лозовский, Б. Н.; Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие.; ФЛИНТА, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239> (Электронное издание)
2. Коханова, Л. А.; Основы теории журналистики : учебное пособие.; Юнити-Дана, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684691> (Электронное издание)
3. , Вартанова, Е. Л.; Основы медиабизнеса : учебное пособие.; Аспект Пресс, Москва; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104058> (Электронное издание)
4. Олешко, В. Ф.; Психология журналистики : учебное пособие.; Флинта|Уральский федеральный университет (УрФУ), Москва; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482451> (Электронное издание)
5. Лазутина, Г. В.; Профессиональная этика журналиста : учебник.; Аспект Пресс, Москва; 2011; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104055> (Электронное издание)
6. Лозовский, Б. Н., Макушин, Л. М.; Журналистика: техника безопасности; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2001; <http://hdl.handle.net/10995/37400> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Костров, А. В.; Основы информационного менеджмента : Учеб. пособие.; Финансы и статистика, Москва; 2001 (2 экз.)
2. , Лозовский, Б. Н.; Право и этика в работе журналиста; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 1993 (2 экз.)
3. Корконосенко, С. Г.; Основы журналистики : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности "Журналистика".; Аспект Пресс, Москва; 2006 (31 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Нормативные документы. Глобальная хартия этики журналистов. Принята на XXX Всемирном Конгрессе МФЖ в Тунисе 12 июня 2019 года. Она дополняет Декларацию принципов поведения журналистов (1954 г.), известную как «Декларация Бордо».

Кодекс профессиональной этики российского журналиста. В кн.: Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы. 2-е изд., исправ. и доп. Сост. Ю.В.Казаков. М., 2001.

Медиаэтический стандарт Коллегии 2.0 // Сайт Общественная коллегия по жалобам на прессу // www.presscouncil.ru

Пакт о жанрах и журналистских стандартах. Там же.

Положение о Большом Жюри Союза журналистов России. Там же

Правила работы журналистов «Эхо Москвы» по работе в социальных сетях.

Положение о принципах и системе общественного контроля за соблюдением журналистами положений Кодекса профессиональной этики российского журналиста. В кн.: Лозовский Б.Н. Журналистика: техника безопасности. Тюмень, 2004.

Кодекс профессиональной этики журналиста ТАСС // Редакционный стандарт ТАСС. М.: 2019.

Кодексы поведения в социальных сетях

Работа журналиста в условиях новых медиа. Рекомендации общественной коллегии по жалобам на прессу // www.presscouncil.ru

Гражданский Кодекс РФ, ст. 152, ст. 152.1

Хартия телерадиовещателей 1999 г.

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Профессиональная этика и культура журналиста

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Не требуется
5	Самостоятельная работа студентов	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

