

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ  
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/  
(Ф.И.О. декана (директора института))

11.03.2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б.1.1.7 Теория и практика медиакоммуникаций

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки  
(специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Реклама и связи с общественностью в государственных,  
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс

1

Семестр

1, 2

**Распределение учебного времени**

Трудоемкость по учебному плану	288 / 8	часов/зачетных единиц
Лекции	36	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	36	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	72	часов
Контактная работа по экзамену	6	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	180	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	30	часов
Экзамен	2	семестр
Зачет	1	семестр
БРК, ДЗ	-	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

старший преподаватель	СНиТ	СОГЛАСОВАНО	Ю.В. Яргина
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина  
Кафедра социальных наук и технологий

(наименование кафедры)		
16.02.2024	протокол №	4
(дата)		
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими) кафедрой(ами).

СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 12.03.2024 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

## Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	<b>знания:</b> основы социологического знания, теоретическое и историческое наследие, связанное с изучением медиакommunikаций, существующие подходы к классификации теорий медиа, потребности общества и отдельных аудиторных групп. <b>умения:</b> сопоставлять различные теории медиакommunikаций. <b>навыки:</b> применения знаний теорий медиакommunikации в научных и общественных дискуссиях, затрагивающих роль медиа в современном обществе.
	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<b>знания:</b> основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. <b>умения:</b> находить и анализировать необходимую информацию, <b>навыки:</b> применять количественные и качественные методы анализа.
2. ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	<b>знания:</b> технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде. <b>умения:</b> использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде. <b>навыки:</b> владеть основными способами сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации.
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	<b>знания:</b> технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. <b>умения:</b> применять технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. <b>навыки:</b> выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	<p><b>знания:</b> особенности организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p><b>умения:</b> применять технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.</p> <p><b>навыки:</b> технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.</p>
ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	<p><b>знания:</b> принципы формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.</p> <p><b>умения:</b> использовать основные инструменты внутренних коммуникаций в формировании корпоративной культуры организации.</p> <p><b>навыки:</b> формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.</p>
ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	<p><b>знания:</b> современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.</p> <p><b>умения:</b> применять современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p> <p><b>навыки:</b> навыками подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>

## Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих дисциплинах: Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе (ОПК-4), Социология рекламы и связей с общественностью (ОПК-4), Организация и проведение коммуникационных компаний (ОПК-4), Копирайтинг: работа с рекламными текстами (ПК-1), Организация и проведение коммуникационных компаний (ПК-1), Технологии создания, продвижения и продажи рекламного продукта (ПК-1), Медиапланирование в рекламе и связях с общественностью (ПК-1); практиках: Преддипломная практика (ОПК-4); государственной итоговой аттестации в форме: Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-4), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-1)

## Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный

подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: дискуссионные, исследовательские, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: задания, информационные, классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма

#### Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 1 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>История медиакоммуникаций</b>	<b>120</b>	ОПК-4
Лекция. Введение в учебный курс "Теория и практика медиакоммуникаций". Теоретические подходы к определению медиакоммуникаций	2	
Практическое занятие. Медиа и массовая коммуникация	2	
Лекция. Основные формы коммуникации и их развитие	2	
Практическое занятие. Основные формы коммуникации и их развитие	2	
Лекция. Институты контроля массовых коммуникаций	4	
Практическое занятие. Институты контроля массовых коммуникаций	4	
Лекция. История медианосителей и технологий медиа	4	
Практическое занятие. История медианосителей и технологий медиа	4	
Лекция. Медиаизменения и их связь с экономическим и политическим развитием обществ	4	
Практическое занятие. Медиаизменения и их связь с экономическим и политическим развитием обществ	4	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР Написание контрольных работ; Внеаудиторная самостоятельная работа (подготовка докладов и презентаций по предложенным преподавателем темам) Самоподготовка: самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к семинарам и практическим занятиям, ведение Рабочей тетради по дисциплине «Теория и практика медиакоммуникаций», подготовка к текущему и промежуточному контролю	88	
<b>Теории медиакоммуникаций</b>	<b>24</b>	ОПК-4, ПК-1
Лекция. Классификация теорий медиа	2	
Практическое занятие. Классификация теорий медиа	2	

Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР		
Написание контрольных работ;		
Внеаудиторная самостоятельная работа (подготовка докладов и презентаций по предложенным преподавателем темам)		
Самоподготовка: самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к семинарам и практическим занятиям, ведение Рабочей тетради по дисциплине «Теория и практика медиакоммуникаций»,		
подготовка к текущему и промежуточному контролю	20	
Иная контактная работа: выполнение контрольной работы	0	

## 2 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>Теории медиакоммуникаций</b>	<b>68</b>	ОПК-4, ПК-1
Лекция. Эмпирико-функционалистская группа изучения массовых коммуникаций	2	
Практическое занятие. Эмпирико-функционалистская группа изучения массовых коммуникаций	2	
Лекция. Критическая теория и философия. Теории индустриализации культуры	2	
Лекция. Лингвинистическая группа теорий	2	
Практическое занятие. Лингвинистическая группа теорий	2	
Лекция. Психологические и микросоциологические подходы к изучению коммуникаций	2	
Практическое занятие. Психологические и микросоциологические подходы к изучению коммуникаций	2	
Лекция. Социальные исследования медиа	2	
Практическое занятие. Социальные исследования медиа	2	
Лекция. Коммуникативные теории инноваций	2	
Практическое занятие. Коммуникативные теории инноваций	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР		
Написание контрольных работ;		
Внеаудиторная самостоятельная работа (подготовка докладов и презентаций по предложенным преподавателем темам)		
Самоподготовка: самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к семинарам и практическим занятиям, ведение Рабочей тетради по дисциплине «Теория и практика медиакоммуникаций»,		
подготовка к текущему и промежуточному контролю	46	
<b>Практика медиакоммуникаций</b>	<b>40</b>	ОПК-4, ПК-1
Лекция. Медиасреда и ее составляющие	2	
Практическое занятие. Медиасреда и ее составляющие	2	
Лекция. Каналы медиа-коммуникаций	2	
Практическое занятие. Каналы медиа-коммуникаций	2	
Лекция. Активный потребитель медиа	2	
Практическое занятие. Активный потребитель медиа	2	
Практическое занятие. Практика публичной коммуникации	2	

Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР Написание контрольных работ; Внеаудиторная самостоятельная работа (подготовка докладов и презентаций по предложенным преподавателем темам) Самоподготовка: самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к семинарам и практическим занятиям, ведение Рабочей тетради по дисциплине «Теория и практика медиакоммуникаций», подготовка к текущему и промежуточному контролю	26
Иная контактная работа:	0
Подготовка к экзамену	30
Проведение экзамена	6

## Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины Теория и практика медиакоммуникаций рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

**Занятия лекционного типа** дают систематизированные знания по дисциплине Теория и практика медиакоммуникаций, концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации. Подготовка к **занятиям семинарского типа** включает ознакомление с планом **практического** занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины.

Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины Теория и практика медиакоммуникаций, оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины Теория и практика медиакоммуникаций, к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Изучение дисциплины включает выполнение **контрольной работы, написание эссе и т.д.** Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Условия аттестации приведены в технологической карте, входящей в состав рабочей программы дисциплины. Формой промежуточной аттестации по дисциплине **Теория и практика медиакоммуникаций** является **зачёт, экзамен**.

## Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
<b>УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ</b>		
1.	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И., Бузин В. Н. Москва: Дашков и К, 2017. - 488 с. ISBN 978-5-394-01185-6.	<a href="https://e.lanbook.com/book/93416">https://e.lanbook.com/book/93416</a>
2.	Чамкин, Анвар Сергеевич. Социология коммуникации [Текст] : учебное пособие / А. С. Чамкин. Москва: ИНФРА-М, 2016. - 293, [1] с. ISBN 978-5-16-005544-2. Экземпляры: всего 12.	12
3.	Бузин, Валерий Николаевич. Медиапланирование [Текст] : теория и практика : [учеб. пособие для студентов вузов по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика"] / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 495 с. ISBN 978-5-238-01769-3. Экземпляры: всего 14.	14
4.	Баллод, Б. А. Методы и средства социологических исследований [Электронный ресурс] : учебное пособие / Баллод Б. А. Санкт-Петербург: Лань, 2022. - 184 с. ISBN 978-5-8114-3778-8.	<a href="https://e.lanbook.com/book/206867">https://e.lanbook.com/book/206867</a>
5.	Шарков, Ф. И. Коммуникология: энциклопедический словарь-справочник [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. 3-е изд. Москва: Дашков и К, 2022. - 766 с. ISBN 978-5-394-03947-8.	<a href="https://e.lanbook.com/book/277307">https://e.lanbook.com/book/277307</a>
<b>ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ</b>		
1.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
2.	Научная электронная библиотека «Киберленинка»	<a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a>
<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ</b>		
1.	Справочно-правовая система Консультант+	<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>
2.	Информационно-правовой портал Гарант	<a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a>

## 6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	333 (I)	Проектор мультимедийный Hitachi CP- RX93 (1), Телевизор LG 29M60 (1), Телевизор LG 72" CT-29 K35 VE (1), Экран настен. рулон. 200*200 см. Springroller Type D Medium (1), Экран настенный	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web,

		200x200см (1), Комплект учебной мебели (1)	Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач
--	--	--	---

## Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.

Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	удовлетворительно
Продвинутый уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	хорошо
Высокий уровень	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения практических работ	отлично

### 7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля) и производится с применением технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической картой дисциплины. Порядок составления технологической карты и

алгоритм проведения процедуры оценивания видов деятельности обучающихся, направленных на освоение знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, по накопительной системе в баллах устанавливается положением о системе РИТМ в ФГБОУ ВО «ПГТУ»

## 7.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

### **Итоговая контрольная работа по дисциплине Теория и практика медиакommunikаций**

#### **Раздел I. История медиа**

##### **1. В истории книгопечатания существовали следующие формы книги: ...**

1. глиняные и гипсовые таблички; 2) папирус и пергамент; 3) свиток и кодекс; 4) бумага и кожа.

##### **1. Какие факторы повлияли на массовизацию книги (повсеместную доступность)?**

##### **2. Техническое воплощение оптического телеграфа осуществил ...**

1. М. Кастельс; 2) С. Морзе; 3) Р. Хук; 4) К. Шапп.

**4. Появление звука в кино запускает своего рода процесс балансирования между техническими возможностями, формой, содержанием и потребностями аудитории. Леон Гомон продемонстрировал на Всемирной выставке в Париже возможности для одновременной записи звука и изображения в \_\_\_\_ году.**

- 1)1898; 2)1900; 3)1910; 4)1912;

##### **5.Изобретателем радио в России традиционно считают ...**

1. А. Белла; 2) Г. Маркони; 3) А. Попова; 4) Т. Эдисона.

##### **6.Принцип телевидения был разработан русским изобретателем ...**

- 1)Александром Белла; 2) Александром Поповым; 3) Борисом Розингом; 4) Владимиром Зворыкиным.

#### **Раздел II. Теории медиа**

##### **1. Вставьте пропущенное:**

Технически опосредованная коммуникация, называется \_\_\_\_\_ .

2. Коммуникация человека с самим собой, есть ...
1. аутокоммуникация; 2) личностно-групповая и межгрупповая коммуникация; 3) массовая коммуникация; 4) межличностная коммуникация.

1. **Обозначьте основные характеристики медиаисследований.**

2. ***Продолжите предложение .***

Исторически существовали преимущественно три основных взгляда на деятельность медиа и анализ явлений, с ними связанных. Классификация теорий медиа с точки зрения методологии (инструментария), с которой их представители подходят к изучению тех или иных феноменов:

- социальные теории медиа;
- философские теории медиа;
- ....

3. Классификацию основных теорий с точки зрения объектов исследования представил ...

1. Гарольд Лассуэлл; 2) Денис Маккуэйл; 3) Б. Мьеж; 4) Ю. Хабермас.

1. **Перечислите виды медиа по основанию «физические технологии передачи информации».**

2. **Отметьте тенденции развития современных средств массовой информации (коммуникации).**

### **Раздел III. Практика медиакоммуникаций**

1. **Назовите характеристики практики современного медиапотребления.**

2. **Определите основные функции радиовещания.**

3. **Укажите сущностные и структурные особенности жанров телевидения.**

4. **Расставьте правильное соответствие между названиями и характеристиками приемов манипулятивного воздействия медиа на аудиторию:**

Название приема манипулятивного воздействия медиа на аудиторию	Характеристика приема манипулятивного воздействия медиа на аудиторию
1.«игра в простонародность»	А) Психологическое давление в форме постоянного повторения тех или иных фактов вне зависимости от истины;
2.«оркестровка»	Б) Отбор определенных тенденций – к примеру, только позитивных или негативных, искажение, преувеличение (преуменьшение) данных тенденций;
3.«селекция» («подтасовка»)	В) Перенос каких-либо качеств (положительных, отрицательных) на другое явление (или человека);
4.«трансфер» («проекция»)	Г) Максимально упрощенная форма подачи информации.

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

**Вопросы к зачету по дисциплине Теория и практика медиакommunikаций**

5. Сущность понятия «медиакоммуникация». Классификации медиа;
6. Основные тенденции медиапотребления в России;
7. Атрибуты медиа;
8. Познание – коммуникация – кооперация: модель К. Фукса;
9. Ключевые отличия массовой коммуникации. Атрибуты массовой коммуникации;
10. Основные жанры коммуникаций;
11. Основные формы коммуникации и их эволюция;
12. Ранние формы существования книги и практика ее публичного потребления;
13. Роль книгопечатной революции в трансформации социальной системы европейских государств;
14. Изобретение телеграфа и система государственных монополий на средства связи;
15. Телефон и его роль в изменении системы персональных коммуникаций;
16. Фотография и фонография: между искусством и индустрией;
17. Кино, телевидение и радио как индустрии;
18. Интернет и новые средства коммуникации;
19. Институты контроля массовых коммуникаций
20. Контроль коммуникации церковью;
21. Корпоративные ограничения книжного промысла;
22. Свобода слова как право и его ограничения;

23. Медиаизменения и их связь с экономическим и политическим развитием обществ;
24. Основания для классификации теорий медиа;
25. Чикагская школа и первые исследования урбанизированной коммуникации;
26. Первые исследования массовых коммуникаций;
27. Классификационная модель Дениса Маккуэйла и ее роль в медиакommunikациях;
28. Объекты исследования коммуникаций по схеме Гарольда Лассуэлла.

### **Вопросы к экзамену по дисциплине Теория и практика медиакommunikаций**

1. Сущность понятия «медиакommunikация». Классификации медиа;
2. Медиасреда и ее составляющие;
3. Основные тенденции медиапотребления в России;
4. Атрибуты медиа;
5. Основные жанры коммуникаций;
6. Основные формы коммуникации и их эволюция;
7. Ранние формы существования книги и практика ее публичного потребления;
8. Роль книгопечатной революции в трансформации социальной системы европейских государств;
9. Изобретение телеграфа и система государственных монополий на средства связи;
10. Телефон и его роль в изменении системы персональных коммуникаций;
11. Фотография и фонография: между искусством и индустрией;
12. Кино, телевидение и радио как индустрии;
13. Интернет и новые средства коммуникации;
14. Институты контроля массовых коммуникаций;
15. Медиаизменения и их связь с экономическим и политическим развитием обществ;
16. Основания для классификации теорий медиа;
17. Объекты исследования коммуникаций по схеме Гарольда Лассуэлла.
18. Социологическая, философская и лингвистическая традиция изучения медиа;
19. Чикагская школа и первые исследования урбанизированной коммуникации;
20. Классификационная модель Дениса Маккуэйла и ее роль в медиакommunikациях;
21. Торонтская школа изучения медиа;
22. Парадигма информационного общества;
23. Информациональная экономика и сетевое общество М. Кастельса.
24. Социологические подходы к решению социальных проблем;

25. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации;
26. Основные факторы возникновения эмпирико-функционалистских теорий массовых коммуникаций;
27. Концепция демократического реализма У Липпмана, теория общественного мнения;
24. Теории ограниченных эффектов медиа как основной предмет исследований школы Колумбийского университета;
28. Нормативные теории медиа;
29. Лингвистическая группа теорий медиа;
30. Психолингвистические исследования Ноама Хомского;
31. Теория прайминга и культивации;
32. Школа Пало-Альто в теориях коммуникации;
33. Понятие «фрейм» у Ирвинга Гоффмана;
34. Каналы медиа-коммуникаций
35. Подходы к определению активного потребителя медиа
36. Виды и техника опросов;
37. Методы социального исследования;
38. Методы обработки данных;
39. Подходы к интервью. Виды интервью;
40. Формы организации интервью;
41. Интервью: закон и этические коллизии;
42. Особенности интервью для печати, эфира, интернета.

*Форма нулевого варианта билета*

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»

### ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №

по дисциплине Теория и практика медиакоммуникаций

29. Основные формы коммуникации и их эволюция;
30. Подходы к определению активного потребителя медиа.

И.о. Заведующий кафедрой СНИТ \_\_\_\_\_ Бурнашев К. Э.

“\_\_” \_\_\_\_\_ 2021 г.