

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических наук и
технологий
Протокол от «26» августа 2016 г. №8

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИА (Б1.В.ДВ.1.2)

краткое наименование дисциплины – не устанавливается
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»
квалификация выпускника: Бакалавр
форма обучения: очная

Год набора – 2017

Новосибирск, 2016

Автор – составитель:

к.и.н., доцент С.В.Козлов

Заведующий кафедрой ПНиТ

к.и.н., доцент А.Ю. Малышев

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	4
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	6
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	12
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	15
6.1. Основная литература.....	15
6.2. Дополнительная литература.	15
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	16
6.4. Нормативные правовые документы	17
6.5. Интернет-ресурсы.	17
6.6. Иные источники	17
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	18

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.1.2 «Современные медиа» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	ПК-6.1	Способность к использованию профессиональных знаний и навыков для создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Таблица 2

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Осуществление исполнительских способностей в деле создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	ПК-6.1	на уровне знаний: современных медиаструктур и специфики создания в них эффективной коммуникационной инфраструктуры
		на уровне умений: целесообразно организовывать эффективную коммуникационную медиаструктуру

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.1.2 «Современные медиа» составляет 2 зачетных единицы.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 36 час. (18 час. лекций, 18 час. семинарских занятий), на самостоятельную работу обучающихся – 36 час.

Место дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.1.2 «Современные медиа» изучается студентами

очной формы обучения на 2 курсе во 4 семестре.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 3

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			л	лр	пз	КСР		
<i>Очная форма обучения</i>								
Раздел 1	Современная система СМИ	40	10		10		20	
Тема 1.1	Основные понятия и теории современных медиа	8	2		2		4	К
Тема 1.2	Мультимедиа и конвергентность современных медиа	8	2		2		4	ГД
Тема 1.3	Система жанров современных медиа	8	2		2		4	ПК
Тема 1.4	Медиапотребление	8	2		2		4	Дд
Тема 1.5	Медиаплощадки: тенденции развития	8	2		2		4	УО
Раздел 2	Мультимедийная история как современный медиатекст	32	8		8		16	
Тема 2.1	Планирование мультимедиа истории и работа проектной редакции	8	2		2		4	УО
Тема 2.2	Разработка мультимедийного контента	8	2		2		4	ГД
Тема 2.3	On-line сервисы для создания и верстки мультимедийного контента	8	2		2		4	ПК
Тема 2.4	Публикация и работа с аудиторией	8	2		2		4	КР
Промежуточная аттестация								Зачёт
Всего:		72	18		18		36	ак.ч. – 72 з.е. – 2 ас.ч. – 54

Содержание дисциплины

¹ Формы текущего контроля успеваемости: коллоквиум (К), групповая дискуссия (ГД), устный опрос (УО), контрольная работа (КР), доклад (Дд), проверка конспектов (ПК) и др.

Раздел 1. Современная система СМИ

Тема 1.1. Основные понятия и теории современных медиа

Массовая информация как разновидность социальной информации, система с «открытыми границами». Виды информационной деятельности и жизненные циклы информации. Отличительные элементы современных медиа. Массовость и социальная значимость как определяющие характеристики массовой коммуникации. Аудитория как объект и субъект медиакоммуникации. Базовые характеристики исследования on-line аудитории. Аудитория как массовый рынок. Цели и инструменты измерения аудитории. Особенности on-line СМИ и основные проблемы медиасферы в Интернете. Концептуализация новых СМИ в контексте тенденций глобализации, демассовизации, конгломерации, формирования многоканальной медиасреды. СМИ и гиперреальность. Концепция «интерактивного общества». Современная медиа-мифология. Теории игорреализации в СМИ. Ранжирование аудитория по типу медиа, каналу, контенту. Типология медиаэффектов (время и интенсивность).

Тема 1.2. Мультимедиа и конвергентность современных медиа

Интернет как фактор развития мультимедийной и конвергентной журналистики. Медиаконвергентность в контексте информационной глобализации. Понятие «конвергенция» и «мультимедиа». Принципы работы конвергентной редакции. Компетенции и навыки мультимедийного менеджера/продюсера. Медиаконвергентность и перспективы развития современных медиа.

Визуализация информации как характеристика современной парадигмы мышления. Инфографика как способ упаковки информации. Инфографика в печати, на ТВ, в Интернет-СМИ. Типы и задачи инфографики.

Тема 1.3. Система жанров современных медиа

Система и структура методов работы с информацией: сбор, анализ информации, верификация. Субъекты информационного процесса. Источники информации и их поиск. Мониторинг СМИ. Структура работы с базами данных. Принцип обратной связи в медиа.

Понятие «жанр». Подходы к выделению типологических признаков. Цель и факторы выбора жанра. Неустойчивость жанровой системы и причины ее трансформации.

Понятие «инфотейнмент» как синтез информационных жанров и развлечений. Адаптивные стратегии медиапроизводства. Мультимедийные лонгриды^[15] как новый формат онлайн-журналистики

Тема 1.4. Медиапотребление

Изменение стратегий медиапотребления. Понятие «качество аудитории». UGC и потребитель как производитель контента. Проблемы медиаметрии. Разные типы «чтения» медиатекстов. Конкуренция за внимание аудитории

профессиональных медиа и других источников информации. Измерители аудитории.

Специализация медиа и сегментация медиа-аудитории как тренды функционирования современных СМИ. Понятие нишевого СМИ, узкоспециализированной медиаплощадки. Специфика создания, развития, продвижения нишевого СМИ в современной медиа-реальности. Подходы к сегментации аудитории СМИ. Крайняя информационная усталость (информационный шум). Ограниченный ресурс внимания (когнитивный шум). Высокий «частотный шум» цифровой среды (технический шум). Фрагментация и персонификация. Футурология медиапотребления.

Тема 1.5. Медиаплощадки: тенденции развития

Социальные сети и их аудитория. Контент социальных сетей. Типы взаимодействия в сети и способы монетизации лояльной аудитории. СМИ в социальных сетях. Новые и экспериментальные форматы. Изменения в экономике медиа. Сдвиг в тематической и форматной структуре спроса масс на информацию. Поколенческий сдвиг.

Традиционные и гибридные бизнес-модели массовой коммуникации. Стандартная рекламная модель и альтернативы. Paywall: ограничение доступа к платному контенту. Некоторые особенности законодательства и практики. Дистрибуция и промо медиапроектов.

Раздел 2. Мультимедийная история как современный медиатекст

Тема 2.1. Планирование мультимедиа истории и работа проектной редакции

Базовый подход к разработке медиапроектов. Разработка медиапроекта: идея, концепция, форматы, исследования. способы оценки ресурсов, необходимых для создания материалов и планирования производства. Задачи продюсера/редактора цифрового контента при разработке мультимедийного проекта. Аспекты адаптивного медиапроизводства. Трудоемкость медиаопераций и базового контент-комплекта.

Тема 2.2. Разработка мультимедийного контента

Новейшие тенденции: переход от производства продукта к производству контента, индивидуализация адресности. Деонтология журналистской деятельности в Интернете. Общая методология социального познания, методы получения эмпирических данных, методы интерпретации данных. Видовые особенности медиа-текста. Коммуникативная матрица: событие – медиасобытие - медиатекст. Информационный повод. Особенности стиля печатного и аудиовизуального материала. Стилиевые приемы в медиатексте. Выразительные и изобразительные средства мультимедийного контента. Режиссура мультимедийной истории. Аудитория как первоисточник информации. Аудитория как онлайн-соавтор лонгрида. Краудсорсинговые

проекты.

Тема 2.3. On-line сервисы для создания и верстки мультимедийного контента

Медиа-текст, гипертекст, мультимедиа текст и интертекстуальность. Программное обеспечение, приобретение прав. Правки верстки “мультимедиа-текст”. Метаструктура материала. Визуализация данных. Статичная и динамичная инфографика. Интерактивные карты. Фото-, видеоматериал. Панорамная и 360 съемка. Timelines. Аудиофайлы и аудиоподкасты. Платформы для интерактивного сторителлинга. Конструкторы сайтов. Блоговая основа для лонгридов.

Методы адаптации цифровых материалов под устройства современных потребителей. Критерии форматной адаптации материала. Глобальные и национальные практики в области создания мультимедийных историй в медиа.

Тема 2.4. Публикация и работа с аудиторией

Концепция близости к аудитории. Субъект медиа-деятельности: аудитория. Принципы коллаборации с аудиторией. Действенность и эффективность медиа-текстов: проблемы, факторы и методы повышения результативности. Медиа-текст и специфика каналов трансляции. Контент: новые принципы создания, трансляции, потребления. Оценка медиапотребления созданного продукта. Маркетинговые метрики. Редакционные метрики. SMM-метрики. Межплатформенное вещание. Ядро аудитории мультимедийной истории. Персонализация информации для читателя. Показатели вовлеченности и лояльности аудитории. Циклы потребления.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.1.2 «Современные медиа» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Таблица 4

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Современная система СМИ	
Тема 1.1	Основные понятия и теории современных медиа	Коллоквиум
Тема 1.2	Мультимедиа и конвергентность современных медиа	Участие в групповой дискуссии

Тема 1.3	Система жанров современных медиа	Написание конспектов
Тема 1.4	Медиапотребление	Подготовка доклада
Тема 1.5	Медиаплощадки: тенденции развития	Устные ответы на вопросы
Раздел 2	Мультимедийная история как современный медиатекст	
Тема 2.1	Планирование мультимедиа истории и работа проектной редакции	Устные ответы на вопросы
Тема 2.2	Разработка мультимедийного контента	Участие в групповой дискуссии
Тема 2.3	On-line сервисы для создания и верстки мультимедийного контента	Написание конспектов
Тема 2.4	Публикация и работа с аудиторией	Подготовка контрольной работы

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме зачёта на основе использования балльно-рейтинговой системы.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Полный перечень материалов текущего контроля находится на кафедре политических наук и технологий в папке УМК-Д.

Типовые темы коллоквиумов

1. Медиа как предмет теоретического анализа: история вопроса.
2. Г.М. Маклюэн и антропология медиа.
3. Понятие аудиовизуальной культуры в контексте современных теорий медиа.
4. Концепт «новизны» (newness) в сфере медиа. Диалектика «старого» и «нового» в области технологий коммуникации.
5. Специфика «новых медиа». Интернет и сетевые явления.

Типовые групповых дискуссий

1. Плюсы и минусы off-line и on-line СМИ.
2. Тенденции мультимедиа и конвергенции СМИ в России и мире.
3. Основные проблемы верификации информации, предназначенной для массового распространения.
4. Проблемы и правовая ответственности распространения информации в off-line и on-line СМИ.
5. Особенности медиапотребления Интернет-СМИ и медиа в социальных сетях.
6. Жанровое разнообразие в off-line и on-line СМИ.

Типовые темы для составления конспектов

1. Система и структура методов работы с информацией: сбор, анализ информации, верификация.
2. Субъекты информационного процесса.

3. Источники информации и их поиск.
4. Мониторинг СМИ.
5. Структура работы с базами данных.
6. Принцип обратной связи в медиа.

Типовые вопросы для подготовки к устным опросам

1. Какие существуют три главных правила фильтрации информации и три правила ее толкования?
2. Каким образом социальные сети могут способствовать фактчекингу?
3. Какие средства верификации при работе с пользовательским контентом вы знаете?
4. Чем отличается назывной заголовок от транзитивного?
5. Каковы основные источники аудитории для новостного медиа?
6. На какие три группы по способу доступа в Сеть удобно делить цифровое население при анализе привычек пользователей в тех или иных регионах?

Типовые темы контрольных работ

1. Homo medius - особенности «медиа чтения»
2. Информационная безопасность в Российской Федерации
3. Поиск, сбор, верификация и публикация информации: новые информационные технологии
4. Факторы установления «повестки дня» в современных медиа
5. Информация как социальный и экономический ресурс современного человека
6. Способы эффективного взаимодействия медиатекста с аудиторией
7. Принципы создания эффективных текстов в Интернет-журналистике
8. Факт, фактоид, фэйк в современных медиа
9. Нишевые медиа российского информационного поля
10. Интернет-контент: события без героев
11. Типологические признаки on-line СМИ
12. Правовое регулирование электронных СМИ в России
13. Специфика распространения информации по немедийным каналам
14. Антропология медиа, сетевое общество М. Кастельса
15. Визуальная культура современных медиа
16. Медиа как символический обмен
17. Характеристики новых медиа: дигитальность, интерактивность, гипертекст, дисперсность, виртуальность, киберпространство
18. Понятие аудиовизуальной культуры в контексте современных теорий медиа.
19. Характеристика стиля современного медиа контента
20. Творческие факторы медиапроектов

Типовые темы докладов

1. Структура рынка информации

2. Глобализация и медиа
3. Идеи креативных индустрий и их критика
4. Медиакapитал и активный пользователь
5. Идеи медиа модернизма и сетевого общества
6. Диалектика «старого» и «нового» в области технологий коммуникации.
7. Формула доходов издания.
8. Маркетинговые метрики медиааудитории.
9. Способы фактчекинга в медиа.
10. Варианты пользовательского контента в интернет-СМИ.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Таблица 5

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	ПК-6.1	Способность к использованию профессиональных знаний и навыков для создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации

Таблица 6

ПК-6.1. Способность к использованию профессиональных знаний и навыков для создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	<p>Демонстрирует базовые знания о коммуникациях и коммуникационном менеджменте.</p> <p>Владеет способностью знать основные стили и жанры речи, актуальные для PR-коммуникации.</p> <p>Обладает навыками речевого взаимодействия и риторического воздействия на аудиторию.</p> <p>Показывает базовые представления о современных медиаструктурах и специфике</p>	<p>Показал знания основ коммуникационного менеджмента.</p> <p>Продемонстрировал владения основными стилями и жанрами речи в PR-коммуникациях.</p> <p>Проявил умения речевого взаимодействия и риторического воздействия на аудиторию</p> <p>Доказал способность целесообразно организовывать эффективную коммуникационную медиаструктуру</p>
---	---	--

	создания в них эффективной коммуникационной инфраструктуры. Демонстрирует базовые представления о политическом менеджменте и методах разрешения политического конфликта.	Продемонстрировал базовые представления о политическом менеджменте и методах разрешения политического конфликта
--	---	---

Оценивание производится на основании балльно-рейтинговой системы (БРС).

Шкала оценивания

Таблица 7

Зачет	Критерии оценки
Незачтен о (0-40)	Компетенции, предусмотренные рабочей программой дисциплины, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы. Не доказал способность целесообразно организовывать эффективную коммуникационную медиаструктуру.
Зачтено (41-100)	Компетенции, предусмотренные рабочей программой дисциплины, сформированы уровне. Наличие усвоения учебного материала, в т.ч. в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы. Доказал способность целесообразно организовывать эффективную коммуникационную медиаструктуру.

4.4. Методические материалы промежуточной аттестации

Методические материалы по процедуре оценивания обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта на основе балльно-рейтинговой системы. По итогам в ведомость выставляется оценка по шкале порядка: «незачтено» и «зачтено».

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для обучающихся по очной форме обучения

Для наилучшего усвоения материала студент обязательно должен посещать все лекционные и семинарские занятия, что будет способствовать постепенному накоплению знаний, максимальному развитию умений и навыков. Кроме того, студент обязан выполнять все виды самостоятельной работы. При подготовке к семинарам студент готовит темы и вопросы, в том

числе выносимые на самостоятельное изучение, при необходимости составляет конспект, тезисы доклада.

К каждой теме семинара студент готовит вопросы, раскрытие которых позволит передать ее содержание. Подготовка к аудиторным занятиям предполагает изучение текстов лекций, а также изданий, входящих в списки основной и дополнительной литературы. Проработку материалов лекций целесообразно осуществлять в течение 2 – 3-х дней после её проведения. С этой целью необходимо просмотреть записи и подчеркнуть заголовки и самые ценные положения разными цветами (применение разноцветных пометок делают важные положения более наглядными, и облегчают визуальное запоминание), внимательно изучить ключевые слова темы занятия. Отдельные темы курса предполагают дополнительную проработку материала, доработку лекций, составление конспектов. При подготовке к лекции-дискуссии преподаватель может рекомендовать обучающимся предварительное изучение материалов периодических изданий, а также подготовку примеров из практики.

Методические рекомендации при составлении конспекта статей, подготовке доклада, подготовки к групповой дискуссии

При подготовке докладов студентам рекомендуется пользоваться списками рекомендуемой литературы, а также информацией из интернет-источников. Цель выполнения докладов – выработка у студента опыта самостоятельного получения знаний по одной из проблем (тем) курса. Выполнение данного вида работы имеет большое значение: во-первых, она закрепляет и углубляет знания студентов по изучаемой дисциплине; во-вторых, приобщает студентов к самостоятельной творческой работе с профильной литературой, приучает находить в ней основные дискуссионные положения, относящиеся к рассматриваемой проблеме; подбирать, обрабатывать и анализировать конкретный материал и на его основе делать обоснованные выводы; в-третьих, студент учится последовательно и грамотно излагать свои мысли при анализе проблем, изложенных в научной литературе, связывать общие теоретические положения с конкретной действительностью; в-четвертых, студент приобретает опыт подготовки выступлений и докладов на семинарских занятиях, участия в дискуссиях и научно-практических конференциях. При подготовке доклада студент также готовит список вопросов по выбранной теме. Подготовленные вопросы могут быть использованы с целью экспресс-опроса студентов, слушающих доклад или как вариант проверки подготовки студента к занятию. Опрос может происходить как в устной, так и в письменной форме. Студент имеет право пользоваться подготовленным текстом доклада, но не читать его полностью. Рекомендовано использование мультимедийными презентации при изложении материала.

Конспекты статей, параграфов и глав или полного текста книг оцениваются с учетом труда, вложенного в их подготовку. Они не

подменяются планами работ или полностью переписанным текстом: студент должен научиться отбирать основное. Конспект пишется в тетради с обозначением фамилии владельца. Обязательно указывается автор книги (статьи), место и год издания, а на полях помечаются страницы, где расположен конспектируемый текст. Качество конспекта повышается, когда студент сопровождает его своими комментариями, схемами или таблицами.

Краткие методические рекомендации по написанию контрольной работы

Контрольная работа является видом текущего контроля знаний (компетенций) студентов. Контрольная работа – самостоятельная учебная работа, имеющая целью закрепление теоретического материала, выработку навыков научно- исследовательской работы, углубленное изучение вопроса, темы, раздела дисциплины и направленная на разработку авторской концепции исследуемого явления.

Контрольная работа выполняется в виде самостоятельного исследования по темам указанным в рабочей программе. Тема контрольной работы выбирается из рекомендованного списка или по предложению студента с согласия преподавателя дисциплины. Студент подбирает источники и дополнительную литературу по выбранной теме, знакомится с источниками и литературой. Излагать тему следует, используя всю изученную литературу и документы. Нет необходимости дословно переписывать или сканировать текст. Изложение должно быть систематизированным, логичным и самостоятельным.

Порядок выполнения контрольной работы, как правило, включает:

- выбор темы контрольной работы;
- составление плана контрольной работы;
- поиск и изучение источников информации;
- подготовка и оформление текста контрольной работы;
- представление контрольной работы руководителю;
- защита контрольной работы.

Объем работы до 15-18 страниц компьютерного текста (лист формата А4, гарнитура Times New Roman, шрифт 14, полуторный интервал).

В работе должны быть представлены следующие разделы:

- содержание, отражающее структуру работы;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- библиографический список (8-10 наименований).

При цитировании обязательны постраничные ссылки на использованную литературу с точным указанием автора, названия книги, места и года издания и страницы. Работа, не имеющая научного аппарата, возвращается автору для доработки.

В содержании отражается структура работы, перечисляются названия глав

и параграфов с указанием страниц.

Структурными элементами введения являются: актуальность, обзор литературы, объект, предмет, территориальные рамки исследования, хронологические рамки, цель, задачи и источники.

Основная часть должна состоять из глав, разбитых на параграфы и при необходимости на пункты. Оптимальное число глав – от 2 до 3, число параграфов в каждой главе – не менее 2. Деление работы на главы и параграфы должно соответствовать логике изложения материала. Каждый параграф должен заканчиваться промежуточным выводом, в конце главы формулируется общий вывод.

Заключение представляет собой основные выводы и результаты, полученные в ходе проведения исследования. Заключение исследовательской работы необходимо тщательно проработать, опираясь на основной материал.

Библиографический список включает в себя список источников и список использованной литературы, который оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Алексеева, М. И. Средства медиа России [Электронный ресурс] : учеб. пособие / М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2011. — 391 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8841>, требуется авторизация (дата обращения: 16.08.2016). – Загл. с экрана.
2. Вирен, Г. Современные медиа. Приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2013. — 126 с. — То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21071>, требуется авторизация (дата обращения: 18.08.2016). – Загл. с экрана.
3. Евтуш, О. А. Теория и практика медиа : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по специальности 030602 - Связи с общественностью / О. А. Евтуш ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2009. - 155 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 11.08.16). - Загл. с экрана.
4. Ключев, Ю. В. Теория и практика медиа [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю.В. Ключев. – Электрон. дан. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 100 с. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884>, требуется авторизация (дата обращения: 16.08.2016). – Загл. с экрана.

5. Романов, А. А. Управление рекламными кампаниями в СМИ [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. А. Романов, Р. В. Каптюхин. — Электрон. дан. — Москва : Евразийский открытый институт, 2010. — 328 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/10886>, требуется авторизация (дата обращения: 17.08.2016). - Загл. с экрана.

6.2. Дополнительная литература.

1. Велитченко, С. Язык и стиль современных масс-медиа [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. Велитченко - Электрон. дан. - Алматы : Казахский национальный ун-т им. аль-Фараби, 2012. - 150 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/61244>, требуется авторизация (дата обращения: 16.08.2016). - Загл. с экрана.

2. Козлов, С.В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по направлению 031600.62 - Реклама и связи с общественностью : [в 2 ч.]. Ч. 2 : Технологии интегрированных коммуникаций / С. В. Козлов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 215 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 11.08.16). - Загл. с экрана.

3. Теория и практика медиа : практикум для студентов очной формы обучения по специальности 030602.65 - Связи с общественностью / Сиб. акад. гос. службы ; сост. О. А. Евтуш. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2011. - 157 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 11.08.16). - Загл. с экрана.

4. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учеб. для бакалавров и для студентов вузов / Л. Н. Федотова ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2015. - 603 с.

5. Фомичева, И. Д. Социология СМИ [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И.Д. Фомичева. - Электрон. данные. - 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2012. - 359 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8858>, требуется авторизация (дата обращения: 16.08.2016). - Загл. с экрана.

6. Чумиков, А. Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие / А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 184 с. - (Современные технологии PR. Мастер-класс). – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21062>, требуется авторизация (дата обращения: 16.08.2016). - Загл. с экрана.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Евтуш, О. А. Теория и практика медиа : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по специальности 030602 - Связи с общественностью / О. А. Евтуш ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2009. - 155 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 11.08.16). - Загл. с экрана.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации. Принята Всенародным голосованием 12 декабря 1993 года (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 № 6-ФКЗ и от 30.12.2008 № 7-ФКЗ) // <http://www.constitution.ru/>

2. О Правительстве Российской Федерации. Федеральный Конституционный Закон Федеральный конституционный закон от 17.12.1997 № 2-ФКЗ (ред. от 29.01.2010) // СЗРФ. 1997 № 51 Ст. 5712; СЗРФ. 1998 № 1 Ст. 1; 2010 - №5 - №458

3. О некоммерческих организациях. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. от 01.09.2013) // www.consultant.ru/popular/nekomerz/

4. О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности. Федеральный закон от 12.01.1996 № 10-ФЗ (ред. от 28.12.2010) www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108631/

5. О свободе совести и религиозных объединениях. Федеральный закон от 26 сентября 1997 г. (ред. от 02.07.2013) // www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_148675/;

6. О средствах медиа. Закон РФ. (ред. от 02.07.2013) // www.consultant.ru/

6.5. Интернет-ресурсы.

1. Союз журналистов России [Электронный ресурс] : официальный сайт организации. - Режим доступа : www.ruj.ru/ (дата обращения: 16.03.2017).

2. Профессиональный PR-портал [Электронный ресурс] : официальный сайт организации. - Режим доступа : <http://www.sovetnik.ru/> (дата обращения: 16.03.2017).

3. Журнал «Сообщение»[Электронный ресурс] : официальный сайт. - Режим доступа : <http://www.soob.ru/> (дата обращения: 16.03.2017).

4. Медиа-проект «Национальный проект» [Электронный ресурс] : официальный сайт. - Режим доступа : <http://www.nazaccent.ru/> (дата обращения: 16.03.2017).

5. Тематический портал «Наука о рекламе» [Электронный ресурс] : официальный сайт. - Режим доступа : <http://www.advertology.ru/> (дата обращения: 16.03.2017).

6. Портал о рекламе, PR, маркетинге [Электронный ресурс] : официальный сайт организации. - Режим доступа : <http://www.sostav.ru/> (дата обращения: 16.03.2017).

6.6. Иные источники

Не используются

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: экран, компьютер с подключением к локальной сети института, и выходом в Интернет, звуковой усилитель, антиподаватель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная.

Лаборатория личностного и профессионального развития: полиграф «Фемида», компьютер с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, телевизор, колонки, DVD-проигрыватель, методические материалы (тесты, методики и т.п.), столы письменные, стулья, шкаф, трибуна настольная, стеллаж, доска аудиторная, ковровое покрытие; стекло для одностороннего просмотра для проведения фокус-групп.

Компьютерная лаборатория «Реклама и связи с общественностью»: компьютер с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, мультимедийный проектор, 2 цифровых фотоаппарата, ноутбуки, справочная литература, стол аудиторный, стулья.

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа: столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Компьютерные классы: компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет, столы аудиторные, стулья, доски аудиторные.

Центр интернет-ресурсов: компьютеры с выходом в Интернет, автоматизированную библиотечную информационную систему и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Университетская Информационная Система РОССИЯ», «Электронная библиотека диссертаций РГБ», «Научная электронная библиотека eLIBRARY», «EBSCO», «SAGE Premier». Система федеральных образовательных порталов «Экономика. Социология. Менеджмент», «Юридическая Россия», Сервер органов государственной власти РФ, Сайт Сибирского Федерального округа и др. Экран, компьютер с подключением к локальной сети филиала и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная. Наборы виртуального демонстрационного оборудования, наглядные учебные пособия.

Библиотека (имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет: компьютеры с

подключением к локальной сети филиала и Интернет, Wi-Fi, столы аудиторные, стулья, Wi-Fi.

Специализированный кабинет для занятий с маломобильными группами (студенты с ограниченными возможностями здоровья): Экран, компьютеры с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная, офисные кресла.

Для изучения дисциплины Б1.В.ДВ.1.2 «Современные медиа» необходим офисный пакет Microsoft Office, Интернет браузеры (Opera, Google Chrome), программы просмотра видео (Windows Media Player).