

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
д.э.н., доц. Бубнов В.А



22.06.2020г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Б1.О.19. Создание медиаконтента**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очная

Курс	3
Семестр	31
Лекции (час)	28
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	28
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	88
Курсовая работа (час)	
Всего часов	144
Зачет (семестр)	31
Экзамен (семестр)	

Иркутск 2020

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 42.03.01  
Реклама и связи с общественностью.

Автор О.В. Красноярова

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры  
журналистики и маркетинговых технологий

Заведующий кафедрой И.Н. Демина

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2021

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

### 1. Цели изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Создание медиаконтента» является формирование системного представления о медиаконтенте и медиатексте, а также получение знаний о закономерностях и тенденциях развития современного медиаконтента, который конструируется и репрезентируется в СМИ, знакомство с типологией современных медиатекстов, изучения медиатекстов различных видов.

### 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

#### Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

#### Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	З. Знать принципы, способы, методы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков. У. Уметь создавать медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков Н. Владеть навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков.

### 3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Обязательная часть.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Информационные технологии", "Русский язык и культура делового общения", "История культуры"

### 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	28
Практические (сем, лаб.) занятия	28
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и	88

зачетам	
Всего часов	144

**5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**5.1. Содержание разделов дисциплины**

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Понятие медиаконтента. Виды.	31	2	2	5		Написать эссе
2	Первичный и вторичный медиаконтент.	31	2	2	5		
3	Медиатекст.	31	10	12	20		Написать реферат по теме 3. Творческое задание (создать лонгрид). Подготовиться к коллоквиуму по теме 3
4	Интернет-СМИ социального предназначения и социальной тематики.	31	4	4	10		
5	Подкасты.	31	2	2	10		
6	Инфографика.	31	4	2	18		Творческое задание (инфографика)
7	Медиаконтент в рекламе.	31	4	4	20		
	<b>ИТОГО</b>		28	28	88		

**5.2. Лекционные занятия, их содержание**

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Понятие медиаконтента. Классификация	Сферы употребления понятия "медиаконтент". Широкое употребление термина "медиаконтент", обозначающего содержательно-тематическую информацию, транслируемую с помощью средств массовой информации (СМИ), массовой коммуникации (МК) и Интернет-коммуникации. Виды медиаконтента в зависимости от транслятора: а) медиаконтент СМИ (пресса, радио, телевидение, информационные агентства; б) медиаконтент МК (материалы СМИ, реклама, кино и пр.); медиаконтент интернет-ресурсов (интернет-порталы, социальные сети, базы данных в открытом доступе, веб-сайты и пр.). Виды медиаконтента в зависимости от авторства: а) журналистский; б) пользовательский; в)

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		институциональный. Виды по тематике: политика, социальная проблематика, экономика, культура, спорт, мода и пр. Виды медиаконтента по способам "упаковки": а) текст; б) инфографика; в) изображение (фотография, рисунок); г) видеоконтент; д) аудио; е) анимация.
2	Первичный и вторичный медиаконтент.	Первичный - уникальный авторский медиаконтент. Вторичный медиаконтент: а) рерайтинг; б) агрегация (новостные агрегаторы); в) открытые базы данных.
3	Понятие медиатекста.	Интернет - информационная среда формирования медиаконтента. Реализация медиаконтента в медиатексте. Свойства медиатекста: гипертекстуальность, интерактивность, мультимедийность, модульность, конвергентность.
4	Мультимедийность медиатекста.	Современный медиатекст и факторы интерактивности, мультимедийности. Как интерактивность и мультимедийность влияют на структуру медиатекста. Отличие мультимедийного текста от традиционного текста. Структура мультимедийного текста.
5	Журналистские жанры и форматы медиатекстов в Интернете.	Эволюция жанров и форматов в цифровой среде: диффузия и гибридность. Структурирование информации и расстановка акцентов. Лонгрид, его структура. Мультимедийная статья.
6	Сторителлинг.	Сторителлинг - технология, как рассказывать истории. Правила сторителлинга. Сторителлинг в рекламе и в журналистике. Сторителлинг в имиджевых проектах.
7	Адаптация медиаконтента к социальным сетям.	Как СМИ работают с социальными сетями, продвижение медиаконтента в социальных сетях. Применение хэштегов. Авторство в сети. Блогинг профессиональных журналистов. Взаимодействие с аудиторией, обратная связь. Аудитория социальных сетей..
8	Интернет-СМИ и социальный медиаконтент (1).	Социальная тематика в СМИ. Миссия интернет-СМИ. Краудсорсинг.
9	Интернет-СМИ и социальный медиаконтент (2).	Рассмотрение основных рейтинговых социальных интернет-СМИ. Творчество и деятельность Д. Соколова-Митрича.
10	Виртуальная реальность и СМИ	Опыт создания VR-проектов "РИА-новости". Подкасты РИА-новости на YouTube.
11	Инфографика (1).	История возникновения инфографики в российских и зарубежных СМИ.
12	Инфографика (2)	Инфографика как разновидность креолизованного текста. Визуальное представление количественной информации. Инфографика отражает: 1. статистика и отчеты, 2. справочная информация, и др. Реализуется через иллюстрации, видео, анимацию. чертежи и схемы, карты. Онлайн-инструменты создания инфографики (Инфограм, Пиксельмап, Thingling)/
13	Копирайтинг в рекламе (1).	Модульное объявление, составляющие - вербальный и невербальный ряд. Невербальное: ай-стоппер и рекламный образ. Приемы создания рекламного образа.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		Понятие слогана. Функции слогана. Виды слоганов: корпоративные и товарные, стратегические и тактические.
14	Копирайтинг в рекламе (2).	Классификация по типу повествования: текст-история, текст-рассказ от первого лица, текст-интрига и др. Создание рекламного текста. Определение целей и жанра. Предварительный сбор материала перед написанием текста (профиль товара, выделение УТП, изучение целевой аудитории и пр.). Общие правила написания текста. Структура рекламного текста: Заголовок. Требования к заголовку. Основной текст (начало и концовка, особенности зачина рекламного текста, требования к информативности и коммуникативности). Эхо-фраза или кода (заключительная фраза). Художественно-выразительные средства рекламного текста.

### 5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Введение. Определение понятия. Проводится в форме семинарского занятия.
1	Классификация медиаконтента. Виды и разновидности медиаконтента. Проводится в форме семинарского занятия
2	Медиаконтент по степени авторства - личностный и безличностный. Различие первичного и вторичного медиаконтентов. Проводится в форме семинарского занятия.
3	Понятие медиатекста. Свойства медиатекста. Проводится в форме семинарского занятия.
3	Мультимедийность медиатекста. Отличие мультимедийного медиатекста от традиционного текста СМИ. Проводится в форме семинарского занятия.
3	Агрегация. Новостные агрегаторы. Проводится в форме практического занятия.
3	Рейтинг. Правила рейтинга. Проводится в форме практического занятия.
3	Лонгрид. Создание лонгрида. Анализ примеров. Проводится в форме семинарского занятия.
3	Работа на платформе Tilda. Создание лонгрида на платформе Tilda. Проводится в форме практического занятия.
4	Интернет-СМИ "Такие дела". Рассмотрение интернет-СМИ "Такие дела". Проводится в форме практического занятия.
4	Интернет-СМИ "Правмир". Рассмотрение интернет-СМИ "Правмир".
5	Подкасты РИА-новости. Анализ подкастов РИА-новости.
6	Инфографика. Коллекции инфографики, изучение лучших. Знакомство с приложениями и сервисами. Проводится в форме практического занятия.
7	Рекламный копирайтинг. Разработка слогана.

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	Проводится в форме практического занятия.
7	Рекламный текст. Написание рекламного текста. Проводится в форме практического занятия.

## 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

### 6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Понятие медиаконтента. Виды.	ОПК-1	З.Знать принципы, способы, методы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков. У.Уметь создавать медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков	Написать эссе	Полнота раскрытия темы, аргументированность выводов - 5 баллов; креативность - 5 баллов. (10)
2	3. Медиатекст.	ОПК-1	З.Знать принципы, способы, методы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков. У.Уметь создавать медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков	Написать реферат по теме 3	Полнота и глубина раскрытия темы - 10 баллов; логичность и аргументированность - 10 баллов; объем изученных источников - 10 баллов. (30)
3		ОПК-1	З.Знать принципы, способы, методы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков. У.Уметь создавать медиатексты и (или) медиапродукты в	Подготовиться к коллоквиуму по теме 3	Активное участие в коллоквиуме - 5 баллов; верные ответы - 5 баллов. (10)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			соответствии с нормами русского и иностранного языков		
4		ОПК-1	З.Знать принципы, способы, методы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков. У.Уметь создавать медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков Н.Владеть навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков.	Творческое задание (создать лонгрид)	Грамотность и компетентность - 20 баллов; креативность - 20 баллов. (40)
5	6. Инфографика.	ОПК-1	З.Знать принципы, способы, методы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков. У.Уметь создавать медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков Н.Владеть навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков.	Творческое задание (инфографика)	Креативность - 10 баллов. (10)
				<b>Итого</b>	<b>100</b>

## 6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 31.



## ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Верный ответ (в тесте 15 вопросов, 2 балла за правильный ответ).

**Компетенция: ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем**

Знание: Знать принципы, способы, методы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков.

1. Видеохостинг.
2. Виды подкастов.
3. Вторичный медиаконтент.
4. Инфографика.
5. Как интерактивность и мультимедийность влияют на структуру медиатекста.
6. Классификация видов медиаконтента.
7. Копирайтинг в рекламе.
8. Лонгрид, его структура.
9. Медиаконтент как медийное сообщение.
10. Отличие мультимедийного текста от традиционного текста.
11. Первичный медиаконтент.
12. Правила сторителлинга.
13. Современный медиатекст и факторы интерактивности, мультимедийности.
14. Сторителлинг в имиджевых проектах.
15. Сторителлинг в рекламе и в журналистике.
16. Структура мультимедийного текста.
17. Структурирование информации и расстановка акцентов.
18. Эволюция жанров и форматов в цифровой среде: диффузия и гибридность.

## ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Компетентное выполнение.

**Компетенция: ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем**

Умение: Уметь создавать медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков

Задача № 1. Сравнительный анализ статьи и лонгрида.

## ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Компетентное выполнение.

**Компетенция: ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем**

Навык: Владеть навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков.

Задание № 1. Оценка медиаконтента

### ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования	Направление - 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль - Реклама и связи с общественностью
<b>«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «БГУ»)</b>	Кафедра журналистики и маркетинговых технологий Дисциплина - Создание медиаконтента

### БИЛЕТ № 1

1. Тест (30 баллов).
2. Сравнительный анализ статьи и лонгрида. (35 баллов).
3. Оценка медиаконтента (35 баллов).

Составитель \_\_\_\_\_ О.В. Красноярова

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ И.Н. Демина

### 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

#### а) основная литература:

1. Коханова Л. А., Калмыков А. А. Интернет-журналистика/ Л.А. Коханова.- Москва: Юнити-Дана, 2015.-383 с.
2. Уланова М. А. Интернет-журналистика. Практическое руководство. учеб. пособие для вузов/ М. А. Уланова.- М.: Аспект Пресс, 2014.-237 с.
3. Интернет-СМИ. Теория и практика. рек. УМО по клас. унив. образованию. учебное пособие для вузов/ Алексеева А. О. [и др.].- М.: Аспект Пресс, 2013.-348 с.
4. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика. допущено УМО высшего образования. учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры/ Е. А. Баранова.- М.: Юрайт, 2014.-269 с.
5. [SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска \[Электронный ресурс\] / И.С. Шамина \[и др.\]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Инфра-Инженерия, 2018. — 260 с. — 978-5-9729-0210-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78250.html>](#)
6. [Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 269 с. — URL: <https://www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F>](#)
7. [Кузьмина, Н.А. Современный медиатекст. \[Электронный ресурс\] — Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2014. — 416 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/72767>](#)

#### б) дополнительная литература:

1. Алтунян А. Г. Анализ политических текстов. учеб. пособие для вузов. курс лекций/ А. Г. Алтунян.- М.: Логос, 2006.-383 с.

2. Свитич Л. Г. Введение в специальность. Профессия: журналист. учеб. пособие для вузов. рек. УМО по клас. унив. образованию. 2-е изд., испр. и доп./ Л. Г. Свитич.- М.: Аспект Пресс, 2006.-255 с.
3. Ким М. Н. Жанры современной журналистики/ М. Н. Ким.- СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2004.-335 с.
4. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. учеб. пособие. рек. Учеб.-метод. центром "Профессиональный учебник"/ А. А. Калмыкова, Л. А. Коханова.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.-383 с.
5. Адамьянц Т. З. Коммуникативные механизмы понимания: знак, значение, смысл. Интенция как смысловая доминанта коммуникативного акта (от знака и значения - к смыслу)/ Т. З. Адамьянц// № 2, С. 71-80, 2008, ч.з 2-202
6. Амзин А. А. Новостная интернет - журналистика. 2-е изд., испр. и доп./ А.А. Амзин.- Москва: Аспект Пресс, 2012.-144 с.
7. Красноярова О. В. Новые медиаплатформы: принципы функционирования и классификация/ О. В. Красноярова// Вопросы теории и практики журналистики
8. Бердышев С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. 2-е изд./ С. Н. Бердышев.- М.: Дашков и К, 2011.-252 с.
9. Адамьянц Т. З. Социальные коммуникации. учеб. пособие для вузов. допущено Советом УМО вузов России по образованию в обл. менеджмента/ Т. З. Адамьянц.- М.: Дрофа, 2009.-204 с.
10. Яшина Е. А. Языковые средства создания алогизма в художественном тексте/ Е. А. Яшина// Филологические науки
11. Красноярова О.В. Структура журналистского текста.- Изд-во Иркутской государственной экономической академии, 2002.- 208 с.
12. [Алтунян А.Г. Анализ политических текстов \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / А.Г. Алтунян. — Электрон. текстовые данные. — М. : Логос, 2017. — 384 с. — 978-5-98704-479-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66409.html>](#)
13. [Большева С.А. Медиапредприятие в условиях конвергенции \(на примере делового еженедельника «Экономика и жизнь»\) \[Электронный ресурс\] : учебно-методическое пособие / С.А. Большева, А.С. Юферева. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 108 с. — 978-5-7996-1854-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65943.html>](#)
14. [Валгина Н.С. Теория текста / Н.С. Валгина.- М., 2003. \[Электронный ресурс\]. - URL.: <http://evartist.narod.ru/text14/01.htm>](#)
15. [Жанры, журналисты, творчество. \[Электронный ресурс\] — Электрон. дан. — М. : МГИМО, 2015. — 184 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/65846>](#)
16. [Калмыков А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков. - М., 2009. URL.: <http://www.evartist.narod.ru/text19/159.htm>](#)
17. [Калмыков А.А. Интернет-журналистика \[Электронный ресурс\] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 383 с. — 5-238-00771-Х. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34458.html>](#)
18. [Тошович, Б. Интернет-стилистика. \[Электронный ресурс\] — Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2015. — 238 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/74652>](#)

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

– Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет

- Библиотека Eartist «Журналистика», адрес доступа: <http://www.eartist.narod.ru/journ.htm>. доступ неограниченный
- Библиотека Журналиста, адрес доступа: <http://journalism.narod.ru/>. доступ неограниченный
- Журнал «Вопросы теории и практики журналистики», адрес доступа: <http://jq.isea.ru/>. доступ неограниченный
- Интернет-версия журнала «Журналист», адрес доступа: <http://journalist-virt.ru>. доступ неограниченный
- КиберЛенинка, адрес доступа: <http://cyberleninka.ru>. доступ круглосуточный, неограниченный для всех пользователей, бесплатное чтение и скачивание всех научных публикаций, в том числе пакет «Юридические науки», коллекция из 7 журналов по правоведению
- Новый репортер, сайт о новых медиа, адрес доступа: <http://newreporter.org/>. доступ неограниченный
- Электронная библиотека Раздел "Журналистика", адрес доступа: <http://www.gumer.info/>. доступ неограниченный
- Электронный журнал «Медиаскоп», адрес доступа: <http://www.mediascope.ru/>. доступ неограниченный

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области массмедиа.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- прием и защита лабораторных работ (во время проведения занятий) и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание рефератов, докладов;
- подготовка к семинарам и лабораторным работам;

- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

**10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения**

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- MS Office,
- OpenOffice.org,

**11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):**

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения