

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»**  
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института ИЭМ  
Ю.А. Дорошенко  
« 18 » 05 2021 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**дисциплины (модуля)**

Информационная политика и медиасистема в современном обществе

направление подготовки (специальность):

41.03.06 Публичная политика и социальные науки

Направленность программы (профиль, специализация):

Публичная политика в социально-экономической сфере

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

Институт Экономики и менеджмента

Кафедра Теории и методологии науки

Белгород 2021

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования 41.03.06 «Публичная политика и социальные науки», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 13 августа 2020г. № 1001
- учебного плана, утвержденного ученым советом БГТУ им. В.Г. Шухова в 2021 году.

Составитель: канд. философ. наук, доц.  
(ученая степень и звание, подпись)

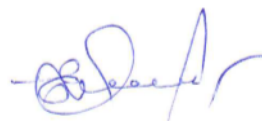


Бацанова С.В.  
(инициалы, фамилия)

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

«12» мая 2021 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой: д-р. экон. наук, проф.  
(ученая степень и звание, подпись)



Чижова Е.Н.  
(инициалы, фамилия)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой  
теории и методологии науки

Заведующий кафедрой: д-р. экон. наук, проф.  
(ученая степень и звание, подпись)



Чижова Е.Н.  
(инициалы, фамилия)

«12» мая 2021г.

Рабочая программа одобрена методической комиссией института

«18» мая 2021 г., протокол № 9

Председатель канд. экон. наук, доц.  
(ученая степень и звание, подпись)



Журавлева Л.И.  
(инициалы, фамилия)

## 1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Категория (группа) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
Публицистическая деятельность	ОПК-5 Способен формировать дайджесты и аналитические материалы общественно- политической направленности по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации	ОПК-5.1 Осуществляет обзор материалов общественно- политической направленности по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность, общие черты и различия информационной политики государственных и социально-экономических институтов, местного самоуправления и информационных интересов личности и их объединений;</li> <li>- знать основные информационные особенности и характеристики современной политической системы и политического процесса в России;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объяснить современные информационные особенности политики российского государства, избирательного процесса, соотношения государства, местного самоуправления и гражданского общества, политической культуры и политического поведения в России;</li> <li>- целесообразно организовывать эффективную коммуникационную медиаструктуру.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками сравнительного анализа информационных особенностей политических систем и политического процесса в России и других странах;</li> <li>- навыками представления в СМИ общественно-политических материалов.</li> </ul>

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 1. Компетенция \_\_\_\_\_ ОПК-5 \_\_\_\_\_

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Политическая социология
2	Информационная политика и медиасистема в современном обществе
3	Управление общественным мнением
4	Копирайтинг
5	Профессиональная практика
6	Государственная итоговая аттестация

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов.

Дисциплина реализуется в рамках практической подготовки:

Форма промежуточной аттестации \_\_\_\_\_ экзамен \_\_\_\_\_  
(экзамен, дифференцированный зачет, зачет)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 4
Общая трудоемкость дисциплины, час	180	180
<b>Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:</b>	51	51
лекции	34	34
лабораторные	17	17
практические		
групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации	4	4
<b>Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:</b>	125	125
Курсовой проект	36	36
Курсовая работа		
Расчетно-графическое задание		
Индивидуальное домашнее задание		
Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические занятия, лабораторные занятия)	53	53
Экзамен	36	36

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Наименование тем, их содержание и объем

Курс \_\_ Семестр \_\_

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа на подготовку к
<b>1. Основные понятия и теории современных медиа</b>					
	<p>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 медиакommunikации. 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 медиамифология. Теории игореализации в СМИ. Ранжирование аудитории по типу медиа, каналу, контенту. Типология медиаэффектов (время и интенсивность).</p>	4	2		6
<b>2. Особенности властных отношений в информационном обществе</b>					
	<p>Информационное общество: понятие и признаки. Основные признаки информационного общества; массовая информация, высокоразвитая информационная инфраструктура; информатизация и организованный доступ к информации; свободный обмен и информационный рынок как признак информационного общества. Приоритетное развитие информационной индустрии информационного общества. Информационная культура как признак информационного общества. Информационное общество и власть. Особенности властных отношений в информационном обществе. Особенности теории межличностной, специализированной и массовой коммуникации. Коммуникативный процесс: производство</p>	4	2		6

	<p>информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации. Представление о коммуникации как о процессе и структуре; коммуникатор, содержание, аудитория как составные части коммуникативной цепи, влияние каждого звена на эффективность коммуникации.</p>				
<p>3. Информационное взаимодействие органов государственной власти с гражданским обществом.</p>					
	<p>Политические реформы общества и развитие массовых СМИ; процесс монополизации СМИ; особенности информационной инфраструктуры в национальных границах различных стран; глобализация информационных процессов.</p> <p>Тоталитарная и демократическая модель взаимоотношений; теоретические модели – одноступенчатая и двухступенчатая; понятие «лидера мнений»; соотношение проблемы формирования и выражения общественного мнения.</p> <p>Деятельность средств массовой информации как реализация интересов разных социальных субъектов; формы регуляции отношений: законодательство, профессиональные кодексы этики, неформализованные способы; влияние форм собственности на деятельность информационных органов; гарантии плюрализма мнений, проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала; коммерческая, политическая и социальная реклама в средствах массовой информации.</p> <p>Средства массовой информации и общественное мнение; роль в механизме функционирования демократии; взаимодействие межличностной и массовой коммуникации в процессе формирования общественного мнения; опросы общественного мнения в прессе как текст; профессиональные требования к публикации опросов; влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решения индивида.</p>	4	2		6
<p>4. Политико-правовые основы регулирования информационных отношений</p>					
	<p>Основные подходы к политико-правовому понятию информации: антропоцентрический, техноцентрический и недетерминированный. Распространение техноцентрического подхода в технических дисциплинах. Зависимость трансформации данных в собственной информации от многочисленных аппаратных, программных и естественных методов. Применение техноцентрического подхода в правовом регулировании информации, доступ к информации, модификация информации, применяется во всех случаях, когда речь идет об эксплуатации технических систем, представляются как данные, доступ к данным, модификация</p>	4	2		6

	данных. Недетерминированный подход (философский) к понятию информации как отказ от определения информации на том основании, что оно является фундаментальным.					
5. Государственная информационная политика						Гос уда рств енн ая инф орм аци онн ая пол ити ка
	Государственная информационная политика: содержание и основные концептуальные подходы. Основные принципы, составляющие основу ГИП РФ: принцип открытости политики - все основные мероприятия информационной политики открыто обсуждаются обществом и государство учитывает общественное мнение; принцип равенства интересов - политика в равной степени учитывает интересы всех участников информационной деятельности вне зависимости от их положения в обществе, формы собственности и государственной принадлежности (единые для всех "правила игры"); принцип системности - при реализации принятых решений по изменению состояния одного из объектов регулирования должны учитываться его последствия для состояния других и всех в совокупности; принцип приоритетности отечественного производителя - при равных условиях приоритет отдается конкурентоспособному отечественному производителю информационно-коммуникационных средств, продуктов и услуг; принцип социальной ориентации - основные мероприятия ГИП должны быть направлены на обеспечение социальных интересов граждан России; принцип государственной поддержки - мероприятия информационной политики, направленные на информационное развитие социальной сферы финансируются преимущественно государством; принцип приоритетности права - развитие и применение правовых и экономических методов имеет приоритет перед любыми формами административных решений проблем информационной сферы. Основные задачи ГИП РФ: модернизация информационно-	4	2		6	

<p>телекоммуникационной инфраструктуры; развитие информационных, телекоммуникационных технологий; эффективное формирование и использование национальных информационных ресурсов (ИР), обеспечение широкого, свободного доступа к ним; обеспечение граждан общественно значимой информацией и развитие независимых средств массовой информации; подготовка человека к жизни и работе в грядущем информационном веке; создание необходимой нормативной правовой базы построения информационного общества..</p>				
<p>б. Информационно-коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении</p>				
<p>Информационные технологии государственного управления. PR в государственном управлении. Становление информационного права в России. Правовые аспекты Интернета. Информационные войны. Информационная безопасность. Демократия, Интернет, «электронная демократия». Концепция «Электронное правительство». «Электронная Россия» как инструмент административной реформы. Интегрированные коммуникации и полимедиа в системе современных политических коммуникаций. Имидж российского государства и государственных служащих</p> <p>Госслужба в Интернет. Интернет в госслужбе. Федеральная исполнительная власть в Интернет. Мировой опыт реализации «электронного правительства». «Электронное правительство» России. «Электронное правительство» в контексте «электронной демократии». Федеральная Законодательная власть в Интернет. Избирательный процесс на страницах Интернета. ГАС «Выборы». Судебная власть в Интернет. ГАС «Правосудие». Специфика российского регионального представительства в Интернет. Органы местного самоуправления в Интернете. «Электронный муниципалитет». Интернет-технологии в деятельности политических партий. Интернет-технологии в формировании гражданского общества в России. Политические Интернет-технологии: развитие и применение. Информационные технологии лоббизма. Аудитория Интернет. Коммуникации с целевыми аудиториями в сети. СМИ в Интернет. Сетевые СМИ.</p>	4	2		6
<p>7. Система жанров современных медиа</p>				
<p>Система и структура методов работы с информацией: сбор, анализ информации, верификация. Субъекты информационного процесса. Источники информации и их поиск.</p>	4	2		6



	<p>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 «инфотеймент» как синтез информационных жанров и развлечений. Адаптивные стратегии медиапроизводства. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики.</p>					
8. Медиапотребление						
	<p>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.</p>	2	1		5	
9. Публикация и работа с аудиторией						
	<p>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. Медиатекст 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.</p>	4	2			
	Курсовая работа					36
	Экзамен					36
	ВСЕГО					129

## 4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям
семестр №				
1	Основные понятия и теории современных медиа	<p>1. Массовая информация как разновидность социальной информации, система с «открытыми границами».</p> <p>2. Виды информационной деятельности и жизненные циклы информации. Отличительные элементы современных медиа.</p> <p>3. Аудитория как объект и субъект медиакommunikации. Базовые характеристики исследования on-line аудитории.</p> <p>4. Аудитория как массовый рынок. Цели и инструменты измерения аудитории.</p> <p>5. Теории игореализации в СМИ. Ранжирование аудитория по типу медиа, каналу, контенту. Типология медиаэффектов.</p>	2	4
2	Особенности властных отношений в информационном обществе	<p>1. Информационное общество: понятие и признаки.</p> <p>2. Приоритетное развитие информационной индустрии информационного общества.</p> <p>3. Информационная культура как признак информационного общества.</p> <p>4. Особенности теории межличностной, специализированной и массовой коммуникации.</p> <p>5. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации.</p>	2	4
3	Информационное взаимодействие органов государственной власти с гражданским обществом	<p>1. Политические реформы общества и развитие массовых СМИ.</p> <p>2. Тоталитарная и демократическая модель взаимоотношений.</p> <p>3. Деятельность средств массовой информации как реализация интересов разных социальных субъектов.</p> <p>4. Средства массовой информации и общественное мнение.</p>	2	4
4	Политико-правовые основы регулирования	<p>1. Основные подходы к политико-правовому понятию информации: антропоцентрический,</p>	2	5

	информационных отношений	<p>техноцентрический и недетерминированный.</p> <p>2. Сведения и факты, которые теоретически могут быть получены и усвоены, то есть преобразованы в знания, как суть антропоцентрического подхода. Его применение в современной</p> <p>3. Техноцентрический подход в правовом регулировании информации.</p> <p>4. Недетерминированный подход (философский) к понятию информации.</p>		
5	Государственная информационная политика	<p>1. Государственная информационная политика: содержание и основные концептуальные подходы.</p> <p>2. Основные принципы, составляющие основу ГИП РФ.</p> <p>3. Основные задачи ГИП РФ.</p>	2	5
6	Информационно-коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении	<p>1. Информационные технологии государственного управления. PR в государственном управлении.</p> <p>2. Становление информационного права в России.</p> <p>3. Правовые аспекты Интернета. Информационные войны.</p> <p>4. Имидж российского государства и государственных служащих</p> <p>5. Госслужба в Интернет. Интернет в госслужбе. Федеральная исполнительная власть в Интернет.</p> <p>6. Мировой опыт реализации «электронного правительства».</p> <p>7. Информационные технологии лоббизма.</p> <p>8. Коммуникации с целевыми аудиториями в сети. СМИ в Интернет.</p>	2	5
7	Система жанров современных медиа	<p>1. Система и структура методов работы с информацией: сбор, анализ информации, верификация.</p> <p>2. Субъекты информационного процесса. Источники информации и их поиск.</p> <p>3. Мониторинг СМИ.</p> <p>4. Структура работы с базами данных. Принцип обратной связи в медиа.</p> <p>5. Понятие «жанр». Подходы к выделению типологических признаков.</p> <p>6. Цель и факторы выбора жанра.</p>	2	5

		<p>7. Понятие «инфотейнмент» как синтез информационных жанров и развлечений.</p> <p>8. Адаптивные стратегии медиапроизводства.</p>		
8	Медиапотребление	<p>1. Изменение стратегий медиапотребления.</p> <p>2. Понятие «качество аудитории». UGC и потребитель как производитель контента. Проблемы медиаметрии.</p> <p>3. Разные типы «чтения» медиатекстов. Измерители аудитории.</p> <p>4. Специализация медиа и сегментация медиа-аудитории как тренды функционирования современных СМИ.</p>	1	4
9	Публикация и работа с аудиторией	<p>1. Публикация и работа с аудиторией. Концепция близости к аудитории.</p> <p>2. Субъект медиа-деятельности: аудитория.</p> <p>3. Принципы коллаборации с аудиторией.</p> <p>4. Действенность и эффективность медиа-текстов: проблемы, факторы и методы повышения результативности.</p> <p>5. Медиатекст и специфика каналов трансляции. Контент: новые принципы создания, трансляции, потребления.</p> <p>6. Оценка медиапотребления созданного продукта. Маркетинговые метрики.</p> <p>7. Редакционные метрики. SMM-метрики. Межплатформенное вещание.</p> <p>8. Ядро аудитории мультимедийной истории.</p> <p>9. Персонализация информации для читателя. Показатели вовлеченности и лояльности аудитории. Циклы потребления.</p>	2	5
			ИТОГО:	36
			ВСЕГО:	36

### 4.3. Содержание лабораторных занятий

Не предусмотрено учебным планом

### 4.4. Содержание курсового проекта/работы

Учебным планом предусмотрено написание курсовой работы. Тематика курсовых работ:

1. «Электронная Россия» как инструмент административной реформы

2. «Электронное правительство» в контексте «электронной демократии».
3. PR в государственном управлении.
4. Глобализация информационных процессов.
5. Госслужба в Интернет. Интернет в госслужбе.
6. Деятельность средств массовой информации как реализация интересов разных социальных субъектов
7. Деятельность средств массовой информации как реализация интересов разных политических субъектов
8. Деятельность средств массовой информации как реализация интересов разных экономических субъектов
9. Избирательный процесс на страницах Интернета.
10. Имидж российского государства и государственных служащих
11. Интернет-технологии в деятельности политических партий.
12. Интернет-технологии в формировании гражданского общества в России.
13. Информационная политика общественных объединений и политических партий.
14. Информационные технологии лоббизма.
15. Использование психологических эффектов массовой коммуникации в информационной политике
16. Политические реформы общества и развитие массовых СМИ
17. Права граждан и основные способы обеспечения доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления
18. Представление о коммуникации как о процессе и структуре
19. Роль рекламы в политической системе общества.
20. Соотношение государства и гражданского общества в информационном пространстве.
21. Средства массовой информации и общественное мнение
22. местного самоуправления и самоорганизации граждан в информационной политике.
23. Местное самоуправление и право граждан на объединение.
24. Информационная политика общественных объединений и политических партий.
25. Лоббистские интересы бизнеса в информационной политике.

Курсовая работа состоит из двух глав, введения и заключения, представляет собой самостоятельное исследование студента, основанного на материалах, находящихся в открытом доступе. Объем работы 30 листов. Работа предоставляется в печатном виде на листах формата А4. Сроки сдачи работ определяются преподавателем.

#### **4.5 Содержание расчетно-графического задания, индивидуальных домашних заданий**

Не предусмотрено учебным планом

### **5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

#### **5.1. Реализация компетенций**

**1 Компетенция** ОПК-5 Способен формировать дайджесты и аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
Осуществляет обзор материалов общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации	<i>Экзамен, защита курсовой работы, устный опрос</i>

## 5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

### 5.2.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий) для экзамена / дифференцированного зачета / зачета

*Привести контрольные вопросы/ задания для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины*

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Основные понятия и теории современных медиа	<p>1. Массовая информация как разновидность социальной информации, система с «открытыми границами».</p> <p>2. Виды информационной деятельности и жизненные циклы информации. Отличительные элементы современных медиа.</p> <p>3. Аудитория как объект и субъект медиакommunikации. Базовые характеристики исследования on-line аудитории.</p> <p>4. Аудитория как массовый рынок. Цели и инструменты измерения аудитории.</p> <p>5. Теории игореализации в СМИ. Ранжирование аудитория по типу медиа, каналу, контенту. Типология медиаэффектов.</p>
2	Особенности властных отношений в информационном обществе	<p>6. Информационное общество: понятие и признаки.</p> <p>7. Приоритетное развитие информационной индустрии информационного общества.</p> <p>8. Информационная культура как признак информационного общества.</p> <p>9. Особенности теории межличностной, специализированной и массовой коммуникации.</p> <p>10. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации.</p>
3	Информационное взаимодействие органов государственной власти с гражданским обществом	<p>11. Политические реформы общества и развитие массовых СМИ.</p> <p>12. Тоталитарная и демократическая модель взаимоотношений.</p> <p>13. Деятельность средств массовой информации как реализация интересов разных социальных субъектов.</p>

		14. Средства массовой информации и общественное мнение.
4	Политико-правовые основы регулирования информационных отношений	15. Основные подходы к политико-правовому понятию информации: антропоцентрический, техноцентрический и недетерминированный. 16. Сведения и факты, которые теоретически могут быть получены и усвоены, то есть преобразованы в знания, как суть антропоцентрического подхода. Его применение в современной 17. Техноцентрический подход в правовом регулировании информации. 18. Недетерминированный подход (философский) к понятию информации.
5	Государственная информационная политика	19. Государственная информационная политика: содержание и основные концептуальные подходы. 20. Основные принципы, составляющие основу ГИП РФ. 21. Основные задачи ГИП РФ.
6	Информационно-коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении	22. Информационные технологии государственного управления. PR в государственном управлении. 23. Становление информационного права в России. 24. Правовые аспекты Интернета. Информационные войны. 25. Имидж российского государства и государственных служащих 26. Госслужба в Интернет. Интернет в госслужбе. Федеральная исполнительная власть в Интернет. 27. Мировой опыт реализации «электронного правительства». 28. Информационные технологии лоббизма. 29. Коммуникации с целевыми аудиториями в сети. СМИ в Интернет.
7	Система жанров современных медиа	30. Система и структура методов работы с информацией: сбор, анализ информации, верификация. 31. Субъекты информационного процесса. Источники информации и их поиск. 32. Мониторинг СМИ. 33. Структура работы с базами данных. Принцип обратной связи в медиа. 34. Понятие «жанр». Подходы к выделению типологических признаков. 35. Цель и факторы выбора жанра. 36. Понятие «инфотейнмент» как синтез информационных жанров и развлечений. 37. Адаптивные стратегии медиапроизводства.
8	Медиапотребление	38. Изменение стратегий медиапотребления. 39. Понятие «качество аудитории». UGC и потребитель как производитель контента. Проблемы медиаметрии. 40. Разные типы «чтения» медиатекстов. Измерители аудитории. 41. Специализация медиа и сегментация медиа-аудитории как тренды функционирования современных СМИ.

9	Публикация и работа с аудиторией	<p>42. Публикация и работа с аудиторией Концепция близости к аудитории.</p> <p>43. Субъект медиа-деятельности: аудитория.</p> <p>44. Принципы коллаборации с аудиторией.</p> <p>45. Действенность и эффективность медиа-текстов: проблемы, факторы и методы повышения результативности.</p> <p>46. Медиатекст и специфика каналов трансляции. Контент: новые принципы создания, трансляции, потребления.</p> <p>47. Оценка медиапотребления созданного продукта. Маркетинговые метрики.</p> <p>48. Редакционные метрики. SMM-метрики. Межплатформенное вещание.</p>
---	----------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 5.2.2. Перечень контрольных материалов для защиты курсового проекта/ курсовой работы

1. На какие основные теории массовой коммуникации Вы опираетесь в своей работе.
2. Какова динамика процесса за последние пять лет.
3. Какие тенденции развития своего предмета исследования Вы выделяете в работе.

### 5.3. Типовые контрольные задания (материалы) для текущего контроля в семестре

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вопросы для устного опроса
1	Основные понятия и теории современных медиа	<p>6. Массовая информация как разновидность социальной информации, система с «открытыми границами».</p> <p>7. Виды информационной деятельности и жизненные циклы информации. Отличительные элементы современных медиа.</p> <p>8. Аудитория как объект и субъект медиакommunikации. Базовые характеристики исследования on-line аудитории.</p> <p>9. Аудитория как массовый рынок. Цели и инструменты измерения аудитории.</p> <p>10. Теории игореализации в СМИ. Ранжирование аудитория по типу медиа, каналу, контенту. Типология медиаэффектов.</p>
2	Особенности властных отношений в информационном обществе	<p>49. Информационное общество: понятие и признаки.</p> <p>50. Приоритетное развитие информационной индустрии информационного общества.</p> <p>51. Информационная культура как признак информационного общества.</p> <p>52. Особенности теории межличностной, специализированной и массовой коммуникации.</p> <p>53. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации.</p>
3	Информационное взаимодействие органов	<p>5. Политические реформы общества и развитие массовых СМИ.</p>



	государственной власти с гражданским обществом	<p>6. Тоталитарная и демократическая модель взаимоотношений.</p> <p>7. Деятельность средств массовой информации как реализация интересов разных социальных субъектов.</p> <p>8. Средства массовой информации и общественное мнение.</p>
4	Политико-правовые основы регулирования информационных отношений	<p>5. Основные подходы к политико-правовому понятию информации: антропоцентрический, техноцентрический и недетерминированный.</p> <p>6. Сведения и факты, которые теоретически могут быть получены и усвоены, то есть преобразованы в знания, как суть антропоцентрического подхода. Его применение в современной</p> <p>7. Техноцентрический подход в правовом регулировании информации.</p> <p>8. Недетерминированный подход (философский) к понятию информации.</p>
5	Государственная информационная политика	<p>4. Государственная информационная политика: содержание и основные концептуальные подходы.</p> <p>5. Основные принципы, составляющие основу ГИП РФ.</p> <p>6. Основные задачи ГИП РФ.</p>
6	Информационно-коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении	<p>9. Информационные технологии государственного управления. PR в государственном управлении.</p> <p>10. Становление информационного права в России.</p> <p>11. Правовые аспекты Интернета. Информационные войны.</p> <p>12. Имидж российского государства и государственных служащих</p> <p>13. Госслужба в Интернет. Интернет в госслужбе. Федеральная исполнительная власть в Интернет.</p> <p>14. Мировой опыт реализации «электронного правительства».</p> <p>15. Информационные технологии лоббизма.</p> <p>16. Коммуникации с целевыми аудиториями в сети. СМИ в Интернет.</p>
7	Система жанров современных медиа	<p>9. Система и структура методов работы с информацией: сбор, анализ информации, верификация.</p> <p>10. Субъекты информационного процесса. Источники информации и их поиск.</p> <p>11. Мониторинг СМИ.</p> <p>12. Структура работы с базами данных. Принцип обратной связи в медиа.</p> <p>13. Понятие «жанр». Подходы к выделению типологических признаков.</p> <p>14. Цель и факторы выбора жанра.</p> <p>15. Понятие «инфотейнмент» как синтез информационных жанров и развлечений.</p> <p>16. Адаптивные стратегии медиапроизводства.</p>
8	Медиапотребление	<p>5. Изменение стратегий медиапотребления.</p> <p>6. Понятие «качество аудитории». UGC и потребитель как производитель контента. Проблемы медиаметрии.</p> <p>7. Разные типы «чтения» медиатекстов. Измерители аудитории.</p> <p>8. Специализация медиа и сегментация медиа-аудитории как тренды функционирования современных СМИ.</p>
9	Публикация и работа с	<p>10. Публикация и работа с аудиторией Концепция близости к аудитории.</p>

	аудиторией	<p>11. Субъект медиа-деятельности: аудитория.</p> <p>12. Принципы коллаборации с аудиторией.</p> <p>13. Действенность и эффективность медиа-текстов: проблемы, факторы и методы повышения результативности.</p> <p>14. Медиа-текст и специфика каналов трансляции. Контент: новые принципы создания, трансляции, потребления.</p> <p>15. Оценка медиапотребления созданного продукта. Маркетинговые метрики.</p> <p>16. Редакционные метрики. SMM-метрики. Межплатформенное вещание.</p> <p>17. Ядро аудитории мультимедийной истории.</p> <p>18. Персонализация информации для читателя. Показатели вовлеченности и лояльности аудитории. Циклы потребления.</p>
--	------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### 5.4. Описание критериев оценивания компетенций и шкалы оценивания

При промежуточной аттестации в форме экзамена, дифференцированного зачета, дифференцированного зачета при защите курсового проекта/работы используется следующая шкала оценивания: 2 – неудовлетворительно, 3 – удовлетворительно, 4 – хорошо, 5 – отлично.

Критериями оценивания достижений показателей являются:

Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
Знания	Знание терминов, определений, понятий
	Знание основных закономерностей, соотношений, принципов информационной политики государственных и социально-экономических институтов, местного самоуправления и информационные интересы личности и их объединений
	Объем освоенного материала
	Полнота ответов на вопросы
	Четкость изложения и интерпретации знаний
	Знание основных информационных особенностей и характеристик современной политической системы и политического процесса в России
Умения	Уметь объяснять современные информационные особенности политики российского государства, избирательного процесса, соотношения государства, местного самоуправления и гражданского общества, политической культуры и политического поведения в России;
	Уметь целесообразно организовывать эффективную коммуникационную медиаструктуру.
Владеть	Владеть навыками сравнительного анализа информационных особенностей политических систем и политического процесса в России и других странах;
	Владеть навыками представления в СМИ общественно-политических материалов.

Оценка преподавателем выставляется интегрально с учётом всех показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций по показателю Знания.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Знание терминов, определений, понятий	Не знает терминов и определений	Знает термины и определения, но допускает неточности формулировок	Знает термины и определения	Знает термины и определения, может корректно сформулировать их самостоятельно
Знание основных закономерностей, соотношений, принципов	Не знает основные закономерности и соотношения, принципы информационной политики государственных и	Знает основные закономерности, соотношения, принципы информационной политики государственных	Знает основные закономерности, соотношения, принципы информационной политики государственных	Знает основные закономерности, соотношения, принципы информационной политики государственных и

	социально-экономических институтов, местного самоуправления и информационные интересы личности и их объединений	и социально-экономических институтов, местного самоуправления и информационные интересы личности и их объединений	и социально-экономических институтов, местного самоуправления и информационные интересы личности и их объединений, их интерпретирует и использует	социально-экономических институтов, местного самоуправления и информационные интересы личности и их объединений, может самостоятельно их получить и использовать
Объем освоенного материала	Не знает значительной части материала дисциплины	Знает только основной материал дисциплины, не усвоил его деталей	Знает материал дисциплины в достаточном объеме	Обладает твердым и полным знанием материала дисциплины, владеет дополнительными знаниями
Полнота ответов на вопросы	Не дает ответы на большинство вопросов	Дает неполные ответы на все вопросы	Дает ответы на вопросы, но не все - полные	Дает полные, развернутые ответы на поставленные вопросы
Четкость изложения и интерпретации знаний	Излагает знания без логической последовательности	Излагает знания с нарушениями в логической последовательности	Излагает знания без нарушений в логической последовательности	Излагает знания в логической последовательности, самостоятельно их интерпретируя и анализируя
Знание основных информационных особенностей и характеристик современной политической системы и политического процесса в России	Не знает основные информационные особенности и характеристики современной политической системы и политического процесса в России	Знает основные информационные особенности и характеристики современной политической системы и политического процесса в России, но допускает неточности в изложении	Знает основные информационные особенности и характеристики современной политической системы и политического процесса в России.	Знает основные информационные особенности и характеристики современной политической системы и политического процесса в России, может творчески их использовать в ответе

### Оценка сформированности компетенций по показателю Умения.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Уметь объяснять современные информационные особенности политики российского государства, избирательного процесса, соотношения государства, местного самоуправления и	Не умеет объяснять современные информационные особенности политики российского государства, избирательного процесса, соотношения государства, местного самоуправления и	Умеет объяснять современные информационные особенности политики российского государства, избирательного процесса, соотношения государства, местного самоуправления и	Умеет объяснять современные информационные особенности политики российского государства, избирательного процесса, соотношения государства, местного самоуправления и	Умеет объяснять современные информационные особенности политики российского государства, избирательного процесса, соотношения государства, местного самоуправления и

самоуправления и гражданского общества, политической культуры и политического поведения в России;	самоуправления и гражданского общества, политической культуры и политического поведения в России	гражданского общества, политической культуры и политического поведения в России, но допускает неточности в изложении	и гражданского общества, политической культуры и политического поведения в России	гражданского общества, политической культуры и политического поведения в России, активно их применяет в ответе
Уметь целесообразно организовывать эффективную коммуникационную медиаструктуру.	Не умеет целесообразно организовывать эффективную коммуникационную медиаструктуру	Умеет целесообразно организовывать эффективную коммуникационную медиаструктуру, но допускает логические ошибки	Умеет целесообразно организовывать эффективную коммуникационную медиаструктуру	Умеет целесообразно организовывать эффективную коммуникационную медиаструктуру, критически оценивает результат

### Оценка сформированности компетенций по показателю Навыки

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Владеть навыками сравнительного анализа информационных особенностей политических систем и политического процесса в России и других странах;	Не владеет навыками сравнительного анализа информационных особенностей политических систем и политического процесса в России и других странах	Владеет навыками сравнительного анализа информационных особенностей политических систем и политического процесса в России и других странах, но допускает неточности в изложении результатов	Владеет навыками сравнительного анализа информационных особенностей политических систем и политического процесса в России и других странах, но допускает неточности в изложении результатов	Владеет навыками сравнительного анализа информационных особенностей политических систем и политического процесса в России и других странах, но допускает неточности в изложении результатов, активно их применяет в ответе
Владеть навыками представления в СМИ общественно-политических материалов.	Не владеет навыками представления в СМИ общественно-политических материалов.	Владеет навыками представления в СМИ общественно-политических материалов, но допускает логические ошибки в изложении	Владеет навыками представления в СМИ общественно-политических материалов	Владеет навыками представления в СМИ общественно-политических материалов, творчески подходит к решению задачи

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

### 6.1. Материально-техническое обеспечение

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
	...	
	Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы	Специализированная мебель; компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет», имеющая доступ в электронную информационно-образовательную среду
	Учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий, консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, самостоятельной работы	Специализированная мебель; мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук
	Методический кабинет	Специализированная мебель; мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук

### 6.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

№	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
	Microsoft Windows 10 Корпоративная	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
	Microsoft Office Professional Plus 2016	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023
	Kaspersky Endpoint Security «Стандартный Russian Edition»	Сублицензионный договор № 102 от 24.05.2018. Срок действия лицензии до 19.08.2020 Гражданско-правовой Договор (Контракт) № 27782 «Поставка продления права пользования (лицензии) Kaspersky Endpoint Security от 03.06.2020. Срок действия лицензии 19.08.2022г.
	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения

### 6.3. Перечень учебных изданий и учебно-методических материалов

1. Медиасистема России: учебник для студентов вузов / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг [и др.] ; под редакцией Е. Л. Вартановой. — 2-е изд. — Москва: Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/104479.html> (дата обращения: 19.02.2022). — Режим

доступа: для авторизир. пользователей

2. Ревнивых, А. В. Политики информационной безопасности: учебное пособие / А. В. Ревнивых. — Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИИХ», 2018. — 108 с. — ISBN 978-5-7014-0896-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95209.html> (дата обращения: 19.02.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/95209>

3. Цыганов, В. В. Информационный менеджмент: механизмы управления и борьбы в бизнесе и политике: словарь-справочник / В. В. Цыганов, С. Н. Бухарин. — Москва: Академический Проект, 2020. — 507 с. — ISBN 978-5-8291-2929-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/94866.html> (дата обращения: 19.02.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

#### **6.4. Перечень интернет ресурсов, профессиональных баз данных, информационно-справочных систем**

1. Информационно-справочная система «Гарант». - Режим доступа: <http://www.garant.ru>.
2. Информационно-справочная система «КонсультантПлюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Национальная электронная библиотека - Режим доступа: <http://нэб.рф/>
4. Федеральная служба государственной статистики. - Режим доступа: [www.gks.ru](http://www.gks.ru).

Электронно-библиотечная

## 7. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ<sup>1</sup>

Рабочая программа утверждена на 20\_\_\_\_ /20\_\_\_\_ учебный год  
без изменений / с изменениями, дополнениями<sup>2</sup>

Протокол № \_\_\_\_\_ заседания кафедры от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
подпись, ФИО

Директор института \_\_\_\_\_  
подпись, ФИО

---

<sup>1</sup> Заполняется каждый учебный год на отдельных листах

<sup>2</sup> Нужно подчеркнуть