

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт массовых коммуникаций и социальных наук



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор  
по образовательной деятельности КФУ  
Проф. Минзарипов Р.Г.

"\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**

Теория и практика средств массовой информации М2.ДВ.3

Направление подготовки: 031300.68 - Журналистика

Профиль подготовки: Политическая проблематика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Юсупов Ш.Р.

**Рецензент(ы):**

проф. Бурганова Л.А., проф. Идиатуллина К.С.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института массовых коммуникаций и социальных наук:

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No

Казань  
2014

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Юсупов Ш.Р. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Отделение массовых коммуникаций ,  
Shamil.Jusupov@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

- ознакомить студентов с историческими этапами зарождения и развития видов СМИ;
- раскрыть потенциал традиционных и новых видов СМИ;
- научить студентов пользоваться категориальным аппаратом предмета ТипСМИ;
- способствовать развитию культуры мышления;
- способствовать выработке навыков многогранного, разностороннего, комплексного рассмотрения теоретических и практических проблем;
- научить студентов базовым приемам анализа СМИ;
- ознакомить студентов с нормативно-правовой базой регулирования деятельности СМИ;

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.ДВ.3 Профессиональный" основной образовательной программы 031300.68 Журналистика и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 1 курсе, 1 семестр.

Курс "Теория и практика массовой информации" относится к числу базовых курсов в подготовке магистра. Для его изучения необходимы знания, полученные в курсах бакалавриата по направлениям "Социология", "Обществознание" и "Реклама и связи с общественностью". На курс "Теория и практика средств массовой информации" могут в той или иной степени опираться различные последующие по времени изучения дисциплины социально-гуманитарной направленности, а также курсы, ориентированные на изучение практических аспектов в области связей с общественностью в целом или конкретных наук по соответствующему профилю в подготовке магистра.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ок-1	способность совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и культурный уровень, готовность к постоянному саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, способность к развитой саморефлексии, анализу своего социального и профессионального опыта
ок-11	способность к полному и многоаспектному использованию знаний, полученных в процессе изучения гуманитарных, социально-экономических и естественнонаучных дисциплин, в своей профессиональной деятельности в целом и ракурсно в тех областях, которые связаны с областью углубленных научных исследований или со сферой профессионально-функциональной профилизации
ок-12	способность использовать современные достижения в области науки, самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, расширять и углублять свое научное мировоззрение

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ок-15	способность порождать новые идеи
ок-3	осознание важности гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации; готовность принять нравственные обязанности по отношению к окружающей природе, обществу, другим людям и самому себе, готовность руководствоваться ими в своей профессиональной деятельности
ок-16	способность осознать основные проблемы своей предметной области, ориентироваться в постановке задачи и определять способ решения проблем
пк-2	владение системой теоретических знаний, относящихся к определенному направлению и виду журналистской деятельности (в соответствии с ООП магистратуры)
пк-9	углубленные знания в избранной предметной области исследований: история, теория и практика отечественных и зарубежных СМИ, отдельных ее видов и типов, медиасоциология, медиапсихология, медиаэкономика, правовые, этические нормы, организация редакционной деятельности, методы журналистского творчества, контент, язык и стиль СМИ, организация редакционной деятельности

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основные концепции различных этапов развития СМИ в мире;
- отличительные свойства различных этапов развития средств массовой информации;
- характеристики, особенности и свойства всех существующих в настоящее время видов массовой информации.

2. должен уметь:

- выделять специфику каждого из видов СМИ, с учетом региональных, национальных и прочих особенностей;
- видеть сходства и различия между видами СМИ;
- определять структуру и способы финансирования различных видов СМИ;
- находить сильные и слабые стороны отдельных видов СМИ;
- применять полученные знания в области профессиональной деятельности;
- применять полученные знания в научно-исследовательской деятельности;

3. должен владеть:

- терминологическим аппаратом предмета ТиПСМИ;
- навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии;
- базовыми приёмами анализа материалов СМИ.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Демонстрировать способность и готовность правильно оценивать интересы различных субъектов политического процесса, находить эффективные способы противодействия антидемократическим силам.

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 1 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### 4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

##### Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Массовая информация и ее роль в современном мире.	1	1-2	2	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. Средства массовой коммуникации	1	3-4	2	2	0	устный опрос
3.	Тема 3. Характеристики отдельных видов СМИ.	1	5-6	2	2	0	устный опрос контрольная работа
4.	Тема 4. Право граждан на информацию .	1	7-8	2	2	0	устный опрос
5.	Тема 5. Правовые и этические аспекты регулирования деятельности СМИ	1	9-10	2	2	0	устный опрос
6.	Тема 6. Взаимодействие СМИ и судебной системы	1	11-12	2	2	0	презентация устный опрос
7.	Тема 7. Институт аккредитации	1	13-14	2	2	0	устный опрос
8.	Тема 8. Информационное общество и СМИ	1	15-16	2	2	0	устный опрос
9.	Тема 9. Современные медиа в системе социальных институтов	1	17-18	2	2	0	устный опрос тестирование
	Тема . Итоговая форма контроля	1		0	0	0	зачет
	Итого			18	18	0	

## **4.2 Содержание дисциплины**

### **Тема 1. Массовая информация и ее роль в современном мире.**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятия ?информации? и ?массовая информация?. Виды информации. Свойства информации. Факторы потребности человека в информации. Жизненный цикл информации. Информационные ресурсы и информационный потенциал современного общества. Понятие кумулирования и ?старения? информации

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Понятие и виды массовой информации. 2. Качественные свойства массовой информации. 3. Факторы потребности человека в информации. Общественный характер информации.

### **Тема 2. Средства массовой коммуникации**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Массовая коммуникация. Уникальные свойства массовой коммуникации. Факторы отбора информации массовой аудиторией. Аудитория, как объект и субъект медиа-коммуникации. Потенциал аудитории как массового рынка. Медиа-центры.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Основные подходы к изучению массовой коммуникации 2. Свойства массовой коммуникации. 3. Отбор информации аудиторией 4. Аудитория как объект и субъект медиа-коммуникации. 5. Аудитория как массовый рынок. Проблемы и потенциал. 6. Средства и способы измерения аудитории.

### **Тема 3. Характеристики отдельных видов СМИ.**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятие ? средство массовой информации. Функции СМИ. Основные подходы к изучению СМИ. СМИ в контексте глобализации. Характеристики отдельных видов СМИ. Телевидение: эфирное, кабельное, спутниковое. Кризисные явления в современном телевидении. Радио ? старейшее электронное СМИ. Печатные СМИ: газеты, журналы. Интернет ? как динамично развивающийся источник информации.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Печатные СМИ (газеты, журналы) 2. Телевидение (эфирное, кабельное, спутниковое) ? наиболее распространенный вид СМИ. 3. Интернет ? проблемы и перспективы.

### **Тема 4. Право граждан на информацию .**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Право как регулятор общественной жизни общества. Информационное право. Важнейшие составляющие его реализации. Содержание права на информацию. Законодательное обеспечение права на информацию. Действующие нормативные документы: Конституция РФ, Федеральное законодательство о СМИ, подзаконные акты и региональное законодательство. Перспективы развития системы права СМИ. Гласность и свобода слова. Политическая и экономическая свобода СМИ. История гласности и свобода печати. Гласность и свобода слова. Политическая культура журналиста. Гласность как показатель социального климата в государстве. Свобода печати как результат гласности и законности. Классово-политический подход к свободе печати.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Право граждан на информацию. 2. Правовое поле СМИ в России. 3. Система журналистского права на современном этапе.

### **Тема 5. Правовые и этические аспекты регулирования деятельности СМИ**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Содержание правовой культуры в СМИ. Правовые основы деятельности СМИ. Конституция России: право на информацию, свобода слова, запрещение цензуры. Основное содержание Закона РФ ?О средствах массовой информации?. Законы РФ ?О рекламе?, ?О поддержке районных (городских) газет, ?Об авторском праве и смежных правах?, ?Об информации информатизации и защите информации? и д.р. Соотношение свободы СМИ и правовой ответственности. Понятие ?информационная загрязненность?. Доступ к информации. Получение и распространение информации. Приемлемые методы получения информации (на примере России и США). Ответственность СМИ за достоверность. Отношение СМИ с правоохранительными органами. Право на ответ и опровержение.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Понятие правовая культура в СМИ. 2. Правовые основы деятельности СМИ. 3. Конституция России: право на информацию, свобода слова, запрещение цензуры. Основное содержание Закона РФ ?О средствах массовой информации?. Законы РФ ?О рекламе?, ?О поддержке районных (городских) газет, ?Об авторском праве и смежных правах?, ?Об информации информатизации и защите информации? и д.р. 4. Соотношение свободы СМИ и правовой ответственности. Понятие ?информационная загрязненность?. 5. Доступ к информации. Получение и распространение информации. Приемлемые методы получения информации (на примере России и США). Ответственность СМИ за достоверность. Отношение СМИ с правоохранительными органами. Право на ответ и опровержение.

**Тема 6. Взаимодействие СМИ и судебной системы**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Суд и СМИ. Принципы конструктивного взаимодействия. Принцип гласности судопроизводства и его социальное значение. Статус представителей СМИ в судебном процессе. Право журналистов на доступ к судебной информации. Закрытые судебные разбирательства и принцип гласности правосудия. Корпоративная этика во взаимоотношениях судей и представителей СМИ. Свобода массовой информации и судебная ответственность за диффамацию в СМИ. Правовые способы защиты от диффамации в СМИ.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Специфика деятельности СМИ в судебных органах. 2. Основные ограничения деятельности СМИ в суде, предусмотренные законодательством РФ. 3. Диффамация в СМИ.

**Тема 7. Институт аккредитации**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Аккредитация как важнейший инструмент свободы доступа к информации. Необходимость аккредитации в современном информационном пространстве. Процедура и практика предоставления аккредитации в РФ и зарубежом. Виды нарушений, связанных с предоставлением аккредитации. Нарушение прав журналистов. Нарушения в деятельности аккредитующей организации. Нарушения, связанные с лишением аккредитации.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Аккредитация ? правовая форма доступа к информации 2. Виды нарушений аккредитации 3. Порядок предоставления аккредитации 4. Отказ в аккредитации

**Тема 8. Информационное общество и СМИ**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятие ?информационное общество?. Концепция ?интерактивного общества?. Информация как основной ресурс. Переход от постмодерна к информационному обществу. Этапы формирования информационного общества. Новый информационный порядок. Новые задачи и функции СМИ в эпоху информационного общества.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Процесс становления информационного общества. 2. Дигитализация и конвергенция информационного общества. 3. Роль СМИ в глобализации и демассификации информационного общества. 4. Интернет в современном информационном обществе.

**Тема 9. Современные медиа в системе социальных институтов**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Современная инфраструктура СМИ. Регулирование и дерегулирование СМИ. Влияние СМИ на политический процесс: формирование стереотипов, современные технологии влияния на массовое сознание. Национальные системы СМИ.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. СМИ как социальный институт. 2. Функции медиа по созданию информационного аналога общества. 3. Формирование национальных медиасистем

**4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)**

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Массовая информация и ее роль в современном мире.	1	1-2	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
2.	Тема 2. Средства массовой коммуникации	1	3-4	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
3.	Тема 3. Характеристики отдельных видов СМИ.	1	5-6	подготовка к контрольной работе	4	контрольная работа
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
4.	Тема 4. Право граждан на информацию .	1	7-8	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
5.	Тема 5. Правовые и этические аспекты регулирования деятельности СМИ	1	9-10	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
6.	Тема 6. Взаимодействие СМИ и судебной системы	1	11-12	подготовка к презентации	4	презентация
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
7.	Тема 7. Институт аккредитации	1	13-14	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
8.	Тема 8. Информационное общество и СМИ	1	15-16	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
9.	Тема 9. Современные медиа в системе социальных институтов	1	17-18	подготовка к тестированию	5	тестирование
				подготовка к устному опросу	3	устный опрос
Итого					72	

**5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения**

На лекциях:

- информационная лекция;
- проблемная лекция.

На семинарах:

- выступления студентов с докладами по заданному материалу;



- подготовка и защита рефератов;
- проблемная дискуссия;
- выполнение творческих заданий, заключающихся в переводе теоретической информации в схематическую и образно-схематическую форму;
- коллективное выполнение заданий в подгруппах с последующим представлением результатов и дискуссией.

## **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

### **Тема 1. Массовая информация и ее роль в современном мире.**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Дайте определение понятию ?старение? информации. 2. Перечислите признаки массовой информации. 3. Дайте определение понятию ?ценность? информации.

### **Тема 2. Средства массовой коммуникации**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Перечислите свойства СМК. 2. Перечислите основные субъекты медиа-коммуникации.

### **Тема 3. Характеристики отдельных видов СМИ.**

контрольная работа , примерные вопросы:

1. Какие виды СМИ принято называть традиционными? 2. Назовите основные виды телевизионного вещания? 3. Какой из видов СМИ наиболее сегментирован по аудитории? 4. Назовите достоинства и недостатки радиовещания?

устный опрос , примерные вопросы:

1. Коммерческие и некоммерческие СМИ ? организационная структура. 2. Доля на рынке различных СМИ: проблемы и перспективы 3. Взаимодействие и интеграция различных СМИ.

### **Тема 4. Право граждан на информацию .**

устный опрос , примерные вопросы:

1. В чем заключается сущность права граждан на информацию? 2. Какие нормативно-правовые акты обеспечивают защиту права граждан на информацию? 3. Что такое ?прозрачность? информации?

### **Тема 5. Правовые и этические аспекты регулирования деятельности СМИ**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Каковы основные причины возникновения профессиональных кодексов? 2. Каковы ценности провозглашенные в Кодексах профессиональной этики журналиста 1970-80х гг. и 1990-х гг.?

### **Тема 6. Взаимодействие СМИ и судебной системы**

презентация , примерные вопросы:

Презентации на тему (по выбору студента): 1. Реализация принципа гласности судопроизводства в современной России. 2. Особенности освещения средствами массовой информации деятельности судов в РФ. 3. Нормы корпоративной судебной этики, распространяющиеся на взаимоотношения судей и журналистов.

устный опрос , примерные вопросы:

1. В чем заключается принцип гласности судопроизводства и в чем его социальное значение?
2. Обладают ли представители СМИ специальным статусом в судебном процессе? 3. Является ли проведение закрытых судебных разбирательств нарушением принципа гласности правосудия? 4. Какая судебная ответственность предусмотрена за диффамацию в СМИ? 5. Что означает понятие ?пределы допустимой критики в отношении политического или общественного деятеля??

### **Тема 7. Институт аккредитации**

устный опрос , примерные вопросы:

1. В чем заключается сущность и социальное значение института аккредитации? 2. Как осуществляется и чем регулируется аккредитация журналистов в субъектах РФ? 3. Каковы недостатки института аккредитации представителей СМИ в РФ?

### **Тема 8. Информационное общество и СМИ**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Дайте определение понятию ?двадцатичетырехчасовое общество? 2. Дайте определение понятию индивидуализация информации.

### **Тема 9. Современные медиа в системе социальных институтов**

тестирование , примерные вопросы:

примерная тематика тестовых заданий: 1. Массовая информация ? это (укажите правильный вариант): 2. Телевещатель ? это (укажите правильный вариант): 3. Вещание ? это (укажите правильный вариант): 4. Социальное значение гласности судопроизводства заключается в том, что она (укажите неправильный вариант): 5. Специальный статус представителя СМИ закреплен в (укажите правильный вариант): 6. Закрытое разбирательство дела, исключающее присутствие в зале судебного заседания лиц, которые не участвуют в деле или не являются участниками судопроизводства допускается только (укажите правильные варианты): 7. Юридическая база для осуществления свободы массовой информации в РФ включает в себя нормы (укажите правильные варианты): 8. Диффамация это действие по (укажите неправильный вариант): 9. Гражданско-правовая судебная защита чести, достоинства и деловой репутации от диффамации в СМИ производится на основании (укажите правильный вариант): 10. Судебно-правовая защита от диффамации в СМИ возможна путем осуждения виновного по (укажите правильные варианты): 11. Аккредитация - это (укажите правильный вариант): 12. Основополагающими нормативно-правовыми актами регламентирующими институт аккредитации в РФ являются (укажите неправильный вариант): 13. Укажите виды нарушений связанных с предоставлением аккредитации, не менее 6 видов: 14. Укажите нарушения в деятельности аккредитующей организации: 15. Законными основаниями для лишения журналиста аккредитации являются (укажите правильные варианты): 16. Основными источниками финансирования СМИ являются (укажите правильные варианты, объясните почему): 17. Самым сегментированным видом СМИ является (поясните почему). 18. Медиаполитика отражает интересы правящей политической и деловой элиты (мотивируйте ваш ответ):

устный опрос , примерные вопросы:

1. Что именно означает теория свободного рынка для индустрии СМИ, с одной, и для общества ? с другой? 2. В чем состоит право человека на коммуникацию и как это право связано с функциями медиа?

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

#### **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**

1. Понятие "информация", источники информации, признаки информации.
2. Понятие "массовая информация".
3. Понятие и сущность свободы массовой информации
4. Признаки массовой информации.
5. Виды массовой информации.
6. Функции массовой информации.
7. Информационный потенциал общества.
8. Информационные ресурсы.
9. Информационное право и его источники.
10. Методы информационного права
11. Сущность коммуникационного процесса
12. Понятие средство массовой информации
13. Виды массовой информации

14. Телевидение как средство массовой информации
15. Радио как средство массовой информации
16. Печатные СМИ.
17. Интернет как источник информации
18. Законодательная база, регулирующая деятельность СМИ в РФ
19. Закон РФ о СМИ - основные положения
20. Принципы взаимодействия Суда и СМИ в РФ
21. Статус представителя СМИ в судебном процессе
22. Институт аккредитации
23. Соотношения принципа гласности судопроизводства и проведения закрытых судебных разбирательств
24. Процессуальные особенности при рассмотрении закрытых судебных дел
25. Правовые и этические нормы, распространяющиеся на взаимоотношения судей и представителей СМИ
26. Понятие и сущность диффамации
27. Судебная ответственность, предусмотренная за диффамацию в СМИ
28. Гражданско-правовые и уголовно-правовые меры защиты от диффамации в СМИ
29. Пределы допустимой критики в отношении политиков и общественно-значимых фигур
30. Виды нарушений, связанных с предоставлением аккредитации
31. Виды нарушений прав журналистов
32. Виды нарушений в деятельности аккредитующей организации
33. Виды нарушений, связанных с лишением аккредитации
34. Понятие "загрязненность" информации.
35. Соотношение свободы слова и ответственности в СМИ.
36. Понятие "ценность" информации.
37. Понятия роста, кумулирования и старения информации.
38. Массовая коммуникация и ее свойства.
39. Факторы отбора информации массовой аудиторией.
40. Аудитория как объект и субъект медиа.
41. Аудитория как массовый рынок.
42. Приемы и способы измерения аудитории СМИ.
43. Проблемы развития современного ТВ.
44. Развитие СМИ в контексте глобализации.
45. Медиа в системе социальных институтов.
46. Система СМИ.
47. Понятие "информационные потоки".
48. Информационное общество.
49. Новый информационный порядок.
50. Влияние медиа на политический процесс.

### **7.1. Основная литература:**

Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации. - М.: КноРус, 2009. - 431 с. (51 экз.)

Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 252 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-006505-2, 500 экз. электронная библиотечная система "ZnaniUM.COM"

<http://znanium.com/bookread.php?book=394706>

Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Е.А. Кожемякин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 189 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006584-7, 500 экз. электронная библиотечная система "ZNANIUM.COM"  
<http://znanium.com/bookread.php?book=398446>

## 7.2. Дополнительная литература:

1. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации (сборник правовых актов)/ред. Состав. - М., 2001.
2. Конституция Российской Федерации. Официальный текст по состоянию на 1 февраля 1999 г. с историко-правовыми комментариями. - М.: издательская группа "Норма - Инфра - М", 2002.
3. Федеральный закон. Выпуск 13. О рекламе. М.: ИНФРА-М, 2003.
4. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. - "Журналист" ♦ 6, 2001.
5. Конституция РФ. Ч.1 Ст.123
6. ГПК РФ. Ст.10.
7. УПК РФ. Ст. 241.
8. ГК РФ. Ст.152.
9. УК РФ. Ст.129, 298.
10. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. Кодекс одобрен Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 года, г. Москва
11. ФЗ РФ "О средствах массовой информации" от 27.12.1991 г. (в ред. от 05.08.2000 г.).
12. ФЗ РФ "О государственной поддержке средств массовой информации и экономической поддержке районных (городских) газет от 14.10.1995 г. (в ред. от. 02.01.2000 г.).
13. ФЗ РФ "Об информации, информатизации и защите информации" от 20.02.1995 г.

## 7.3. Интернет-ресурсы:

Время рекламы: теория и практика рекламы, средства массовой информации, РА. - Режим доступа: - <http://advtime.ru/news/radio/2005/09/23097.html>

Дело. Медиапланирование: теория рекламы. - Режим доступа: - <http://frolovd.narod.ru/mp/mediap2.htm>

Оценка эффективности рекламной кампании: Учебное пособие Смирновой О.О. - Режим доступа: - <http://published-m.narod.ru/b1g6.htm#14>

Индустрия рекламы: исследования рынка, медиаизмерения и социологические исследования. - Режим доступа: - <http://www.socismr.com>

Практика медиапланирования [Электронный ресурс]: Журнал Практика рыночных исследований. - Режим доступа: - <http://www.mediaplanirovanie.ru>

Российская газета. - <http://www.rg.ru>

Фонд Общественное Мнение: официальный сайт. - <http://www.fom.ru>

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Теория и практика средств массовой информации" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

- проектор и ноутбук;
- принтер и копировальный аппарат для создания раздаточных материалов;
- интерактивная доска в мультимедийном классе.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031300.68 "Журналистика" и магистерской программе Политическая проблематика .

Автор(ы):

Юсупов Ш.Р. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

проф. Бурганова Л.А., проф. Идиатуллина К.С. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.