

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.02.2023 00:38:03
Уникальный программный ключ:
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Общественно-политические процессы и институты в современной России

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Маркетинговые коммуникации и маркетинг

2022 г.

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-1 (ОПК-2). Ориентируется в информационном потоке и выявляет основные тенденции развития общественных и государственных институтов	<i>знает</i>
	РО-1 ИД-1 (ОПК-2) теоретические основы социально-политических процессов;
	<i>умеет</i>
ИД-1 (ОПК-5). Ориентируется в политических и экономических механизмах функционирования медиакоммуникационных систем	РО-2 ИД-1 (ОПК-2) выявлять механизмы и регуляторы общественных процессов и отношений;
	<i>знает</i>
	РО-1 ИД-1 (ОПК-5) основные структурные элементы медиасистемы; политические, экономические и социальные факторы развития и функционирования медиасистем; особенности медиасистемы России;
	<i>умеет</i>
	РО-2 ИД-1 (ОПК-5) создавать коммуникационные продукты, соотнесенные со структурой, функциями и принципами общественных и государственных институтов, механизмами их функционирования в коммуникационном пространстве;
	<i>владеет</i>
	РО-3 ИД-1 (ОПК-5) навыками анализа медиакоммуникационных систем

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц.

3. Содержание дисциплины

Теория и методология социально-политического процесса Социально-политический процесс как предмет научной рефлексии

Общее понятие процесса. Черты, свойственные всякому процессу: временной характер, всеобщность, наличие субстанции. Особенности социальных процессов в

сравнении с природными процессами. Проблема объективности социальных процессов. Детерминистские и индетерминистские теории общества.

Теоретико-методологические основания исследования социально-политических процессов

Эволюционистское понимание общественной жизни (от Огюста Конта до Эмиля Дюркгейма). Неозволюционистские теории в XX веке. Теории модернизации и конвергенции. Теории исторических циклов. Логика циклических теорий: В. Парето, П. Сорокин.

Основные подходы к классификации типологии социально-политических процессов

Особенности институционального, бихевиористского, структурнофункционального и марксистского подходов. Основные современные направления исследований (либерализм, консерватизм, социалдемократическое направление, марксистское направление). Синергетический подход.

Социально-политические институты в современной России Социальные институты и гражданское общество.

Понятие социального института. Институционализация как форма организации социальной жизни. Структура социальных институтов, их типология и иерархии. Функции и дисфункции социальных институтов. Интерпретация понятия «гражданское общество». Массовая информация в контексте базовых прав и свобод личности. Роль медиа в освещении информационных продуктов. Гражданское общество и медиа в координатах постсовременности. Механизмы формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности специалиста по рекламе. Тенденции развития общественных и государственных институтов при создании различных медиапродуктов. Структура, функции, принципы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования в коммуникационном пространстве.

Социальные институты в медиaprостранстве России

Институционализация масс-медиа и медиатизация социальных институтов. Медиaprостранство России: сущность и основные характеристики. Медиaprостранство: категориальный анализ. Традиционные медиа в системе медиaprостранства. Интернет и новые медиа в системе медиaprостранства. Формы взаимодействия традиционных и новых медиа. Субъекты российского медиaprостранства. Создатели контента: профессионалы и любители. Институты регулирования и контроля. Медиа-аудитория: общие характеристики. Медийные предпочтения аудитории.

Тенденции развития институтов гражданского общества в России. Гражданский диалог - властный монолог. Гражданское участие - протестное движение. Свободомыслие – инакомыслие. Патернализм – гражданственность. Общественный контроль - противостояние, Растущая активность местных сообществ. Формирование новых активных площадок (очных или виртуальных, интернет-площадок) для дискуссий. Формирование институтов общественного, гражданского, социального контроля. Формы общественного контроля (общественная экспертиза, мониторинг конкретных, адресных, проблемных ситуаций, общественная проверка, публичные слушания, привлечение общественных контролеров и экспертов).

Медиакоммуникационные системы России Медиаcистемы в глобальном мире

Понятие «медиасистема». Системный подход к изучению СМИ. Система средств массовой информации, и ее признаки: целостность, организация, элементарность и т.д. Понятие «страт» для системы СМИ. Аспекты медиасистемы: экономический, организационный, аудиторный и т.д. Современные концепции развития медиасистем. Концепции информационного общества. Глобальное информационное пространство и Интернет. Взаимодействие культур. Понятие «мирового информационного порядка». Монополизм в сфере информации. Процессы взаимодействия и взаимовлияния в медиасистемах. Структурный аспект современных медиасистем: печатные и аудиовизуальные СМИ. Современные технологии в медиасистемах.

Медиасистема России: темпы роста

Советская модель организации системы средств массовой информации. Этапы трансформации советской медиаистемы. Современные бизнес-модели российских СМИ. Особенности медиарынка России: двойственный характер (работа в B2B (business to business) и в B2C (business to client)). Конвергенция на российском рынке. Объемы рынка печатных СМИ России. Структура доходов. Формы организации медиабизнеса: крупные издательские дома и их совокупная аудитория. Проблемы медиапотребления и медиаповедения. Радиорынок России в условиях концентрации бизнеса. Понятие «телесмотрение». Телевизионный медиарынок России. Проблемы мобильного просмотра, перераспределения телезрителей между увеличивающимся числом каналов, увеличения числа «сред вещания». Программа перехода на «цифру»: системы дистрибуции телесигнала - OTT (Over The Top TV), эфирная цифра. Особенности онлайн-вещания. Рынок видеопросмотра.

Современные тенденции и стратегии развития медиаистем

Тенденции развития современного медиапространства: глокализация, концентрация и диверсификация, специализация, сегментация, конвергенция, мультимедиаизация. Конвергенция как процесс слияния медийных носителей; конвергенция технологий и мультимедийность продукта. Медиабизнес и его ключевые процессы: производство и распространение контента, создание рекламы, взаимодействие с конечным потребителем. Векторы развития медиабизнеса: конкуренция; опора на user generated content; «зеленое» движение в медиапотреблении; подчинение потребительским брендам.

Массмедиа как производное от социальных потребностей

Модели отношения к аудитории. Ускорение процессов цифровизации. Трансформация медиа и развлечений в цифровой формат. Зависимость популярности от рейтинга. Движущая сила читательского и зрительского внимания - «это интересно». Возрастающая роль аудитории в создании сообщений, передающихся по каналам массовой коммуникации. Контакты со СМИ: целенаправленный поиск и «серфинг» как самостоятельный способ проведения досуга. Социальная журналистика. Мобилизационный потенциал групповых и массовых коммуникаций в социальных сетях как фактор горизонтальной мобильности. Многоканальность или многоплатформенность. Склонность потреблять несколько медиа одновременно. Конвергентный продукт как творческий вызов.

Технологии создания медиапродукта.

Медиатекст в коммуникативном аспекте. Основы создания жанров медиатекста. Информационные жанры газетно-журнальной журналистики, тележурналистики, радиожурналистики. Аналитические жанры газетно-журнальной журналистики. Художественно-публицистические жанры газетно-журнальной журналистики.

Информационная насыщенность медиатекста. Тональные, стилевые и стилистические характеристики медиатекста. Выразительность как одно из важнейших свойств медиатекста. Диалогичность медиатекста. Текстовые приемы диалогичности. Типы текста. Жанровое расслоение медиатекстов. Разновидности текстов по их стилиевой ориентации. Особенности новостных, аналитических, рекламных и других медиатекстов в зависимости от средства распространения (информационного канала)

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины, включая самостоятельную работу обучающихся

Самостоятельная работа студентов включает усвоение теоретического материала, подготовку к семинарским занятиям, выполнение самостоятельных заданий, изучение литературных источников, использование Internet-данных, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

Вопросы для самоконтроля

1. Особенности социально-политических процессов в современной России.
2. Региональная специфика электорального процесса.
3. Интеграция политических субъектов.
4. Взаимосвязь социальных и политических процессов
5. Трансформация социального субъекта в политический субъект.
6. Деструктивные политические процессы.
7. Революция как процесс и ситуация.
8. Взаимосвязь уровней политических процессов.
9. Политические процессы в условиях риска.
10. Процесс формирования гражданского общества в современной России: проблемы и перспективы.
11. Социальные революции и революционные процессы в современном мире.
12. Социально-экономические особенности российской модернизации.
13. Проблемы устойчивого развития в экономике и политике.
14. Модели инновационных процессов
15. Понятие социального института.
16. Роль медиа в освещении информационных продуктов.
17. Гражданское общество и медиа в координатах постсовременности.
18. Тенденции развития общественных и государственных институтов при создании различных медиапродуктов.
19. Структура, функции, принципы общественных и государственных институтов.
20. Механизмы функционирования общественных и государственных институтов.
21. Институционализация масс-медиа и медиатизация социальных институтов.
22. Медиапространство России: сущность и основные характеристики.
23. Тенденции развития институтов гражданского общества в России.
24. Информационная насыщенность медиатекста. Информативность и способы ее повышения.
25. Процессы компрессии информации в медиатексте.
26. Стилль как средство реализации конструктивной идеи медиатекста.
27. Выразительность как одно из важнейших свойств медиатекста.

28. Диалогичность как фундаментальное свойство медиатекста.
29. Вербализация интертекстуальности в текстах массовой коммуникации.
30. Игры с языком в медиатексте.
31. Медиатекст: технология воздействия.
32. Понятие «медиасистема».
33. Система средств массовой информации и ее признаки.
34. Концепции информационного общества.
35. Глобальное информационное пространство и Интернет.
36. Современные технологии в медиасистемах.
37. Советская модель организации системы средств массовой информации.
38. Современные бизнес-модели российских СМИ.
39. Особенности медиарынка России.
40. Проблемы медиапотребления и медиаповедения.
41. Тенденции развития современного медиaprостранства
42. Медиабизнес и его ключевые процессы
43. Модели отношения к аудитории
44. Трансформация медиа в цифровой формат
45. Социальная журналистика

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. Зерчанинова, Т. Е. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / Т. Е. Зерчанинова. — Москва : Логос, 2013. — 304 с. — ISBN 978-5-98704-444-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/9106.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная:

1. Солнышкина, М. Г. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / М. Г. Солнышкина. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2012. — 32 с. — ISBN 978-5-98079-776-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/8606.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS

7. Лицензионное программное обеспечение

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro

- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);

- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);

- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности), а именно: _____;

- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;

- кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингафонным оборудованием);

- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;

- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;

- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);

- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.