

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по безопасности и общим вопросам

Дата подписания: 02.08.2023 11:57:57

Уникальный программный ключ:

d7a26b9e8ca85e98ac3de2ab454b4659d961f749

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»

## Рабочая программа дисциплины (модуля)

### Основы медиакоммуникации

Закреплена за подразделением

Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Направление подготовки

45.03.02 ЛИНГВИСТИКА

Профиль

Форма обучения

**очная**

Общая трудоемкость

**3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану

108

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

зачет с оценкой 5

аудиторные занятия

34

самостоятельная работа

74

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	Неделя			
Неделя	18		УП	РП
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	17	17	17	17
Практические	17	17	17	17
Итого ауд.	34	34	34	34
Контактная работа	34	34	34	34
Сам. работа	74	74	74	74
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

Рабочая программа

**Основы медиакоммуникации**

Разработана в соответствии с ОС ВО:

Самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» по направлению подготовки 45.03.02 ЛИНГВИСТИКА (приказ от 02.04.2021 г. № 119 о.в.)

Составлена на основании учебного плана:

45.03.02 ЛИНГВИСТИКА, 45.03.02-БЛГ-22.plx , утвержденного Ученым советом ФГАОУ ВО НИТУ "МИСиС" в составе соответствующей ОПОП ВО 28.02.2022, протокол №

Утверждена в составе ОПОП ВО:

45.03.02 ЛИНГВИСТИКА, , утвержденной Ученым советом ФГАОУ ВО НИТУ "МИСиС" 28.02.2022, протокол №

Рабочая программа одобрена на заседании

**Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий**

Протокол от 15.06.2022 г., №10

Руководитель подразделения Бондарева Лилия Владимировна, к.полит.н., доцент

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

1.1	Целью освоения дисциплины «Основы медиакоммуникации» является формирование у студентов теоретических основ и системного представления о научных подходах к изучению и проектированию медиакоммуникации, умений анализировать и проводить мониторинг медиапространства, анализ медиа-дискурса, медиатекста с учётом развития современных жанров и форматов медиа и коммуникации как основы рекламной деятельности, направленной на продвижение товаров, услуг и решение бизнес-задач.
-----	--

## 2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

	Блок ОП:	Б1.В.ДВ.14
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Общая теория перевода	
2.1.2	Основы методики обучения иностранным языкам	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Введение в социальные сети и интернет маркетинг	
2.2.2	Научно-исследовательская работа	
2.2.3	Основы стратегического международного маркетинга	
2.2.4	Создание рекламных кампаний и креативных материалов	
2.2.5	Основы создания личного бренда	
2.2.6	Современные технологии в медиакоммуникации	
2.2.7	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.8	Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы	
2.2.9	Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	
2.2.10	Автоматизация письменного перевода и управление терминологией	
2.2.11	Введение в перевод в научно-технической сфере	
2.2.12	Введение в практику устного перевода	
2.2.13	Коммуникативное обучение иностранным языкам	
2.2.14	Креативное письмо	
2.2.15	Образовательная экосистема	
2.2.16	Основы лингводидактики	
2.2.17	Основы педагогики	
2.2.18	Педагогическое проектирование	
2.2.19	Персонализация обучения	
2.2.20	Практика письменного перевода	
2.2.21	Сопровождение иностранных делегаций	
2.2.22	Введение в синхронный перевод	
2.2.23	Локализация и управление проектами в переводе	
2.2.24	Машинный перевод и постредактирование машинного перевода	
2.2.25	Менторство и профессиональная деформация	
2.2.26	Основы педагогического общения	
2.2.27	Основы рерайтинга и копирайтинга	
2.2.28	Основы теории и практики перевода	
2.2.29	Особенности коммуникации в инклюзивном образовании	
2.2.30	Педагогические технологии	
2.2.31	Педагогический менеджмент	
2.2.32	Перевод в научно-технической сфере	
2.2.33	Перевод деловой документации	
2.2.34	Перевод научной публицистики	
2.2.35	Практика устного перевода	
2.2.36	Реферирование и аннотирование	
2.2.37	Современные тенденции в преподавании иностранных языков	
2.2.38	Тьюторство в системе образования	
2.2.39	Учебная практика по получению первичных профессиональных умений	
2.2.40	Event management в системе маркетинговых коммуникаций	

### 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

**ПК-1: Способен синтезировать лингвистические, лингводидактические и/ или переводческие знания для решения профессиональных задач и применять их в практической деятельности**

**Знать:**

ПК-1-34 Знать основы экономики и финансов (для управления ценой и бюджетом (тест3)

ПК-1-35 Знать основы социологии и психологии (для понимания потребителя) (тест4)

ПК-1-33 Знать современные методики маркетинга (тест2)

ПК-1-31 Законодательство, регулирующее медиа коммуникации и рекламную деятельность (тест 1)

ПК-1-32 Знать инструменты медиа коммуникаций, принципы их функционирования, (тест2)

**Уметь:**

ПК-1-У3 Делать Визуализации (практическое задание 2)

ПК-1-У4 Анализировать данные (практическое задание 2)

ПК-1-У1 Изучать тренды рынка (практическое задание 1)

ПК-1-У2 Работать в социальных сетях (практическое задание 2)

**Владеть:**

ПК-1-В5 Владеть командной работой (проект)

ПК-1-В6 Владеть декомпозицией больших задач в конкретные шаги (практическое задание на экзамене)

ПК-1-В7 Понимать принципы формирования устойчивых потребительских ассоциаций (практическое задание на экзамене)

ПК-1-В4 Анализировать результаты кампаний (практическое задание на экзамене)

ПК-1-В1 Обладать коммуникационными навыками (практическое задание на экзамене)

ПК-1-В2 Создавать коммуникационную стратегию (практическое задание на экзамене)

ПК-1-В3 Распределять каналы коммуникации (практическое задание на экзамене)

### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Формируемые индикаторы компетенций	Литература и эл. ресурсы	Примечание	КМ	Выполняемые работы
	<b>Раздел 1. Раздел 1. Концептуальные основы медиа коммуникаций</b>							
1.1	Концептуальные основы медиа коммуникаций. Предпосылки для создания медиа коммуникаций. Цели и задачи медиа коммуникаций Коммуникационный бриф. /Лек/	5	5	ПК-1-32	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.8Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Э1 Э3 Э5			

1.2	<p>Инструменты для создания медиа коммуникаций (ТВ, наружная реклама, пресса, интернет, соц сети, поисковые системы и т.д..</p> <p>ПЗ-1.2.1. Уяснение взаимосвязей между понятиями «коммуникация», «аудиовизуальная коммуникация», «масс медиа», «средства массовой информации», «электронные медиа» и выстраивание их в четкую терминосистему;</p> <p>ПЗ-1.2.2. Обсуждение семиотической природы медиакommunikации;</p> <p>ПЗ-1.2.3. Обсуждение основных этапов развития медиакommunikации (печать, фотография, радио, кино, телевидение, интернет); знакомство с важнейшими технологическими открытиями;</p> <p>Термины “медиа система”; “коммуникационная парадигма”; “хронотоп”; “поликанальность”;</p> <p>ПЗ-1.2.4. Обсуждение концепции медиа М. Маклюэна; Дискуссия по теме “Понимание медиа”</p> <p>/Пр/</p>	5	4	ПК-1-32 ПК-1-В6 ПК-1-В7	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.8Л2.3 Л2.4 Л2.5			
1.3	<p>Самостоятельное изучение литературы, самостоятельное изучение рекомендованных открытых источников, написание письменной работы. /Ср/</p>	5	10	ПК-1-32 ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В7 ПК-1-В6 ПК-1-В3 ПК-1-В2	Л1.4 Л1.6 Л1.8Л2.2 Л2.3			
	<p><b>Раздел 2. Раздел 2. Медиакommunikация как процесс</b></p>							

2.1	<p>2.1.1. Понятие знака и “медиазнака”. Понятие симулякра. Понятие означивания. Первичное и вторичное означаемое знака. Анализ феноменологических слоев знака и означивания. Понятия идеологии (Клод Леви-Стросс); понятие мифологии (Ролан Бврт).</p> <p>2.1.2. Понятие медиадискурса. Формула М. Маклюена. Формула семиозиса Ч.С. Пирса. Формула Бодрийера. Попытки типологии медиадискурса.</p> <p>2.2.3. Понятия текста и медиатекста. Креолизованные тексты. Схемы креолизации медиатекста: Tagging; anchorage; relay. Цифровые медиа. Дополненная реальность. /Лек/</p>	5	4	ПК-1-32	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6 Л1.8Л2.5			
2.2	<p>Уяснение взаимосвязей между понятиями «Текст», «медиатекст», «медиадискурс», «знак», «медиазнак», «проекция текста» и пр. Дескриптивный, структурный, функциональный, структурно-функциональный подходы в понимании и анализе медиакommunikации. /Пр/</p>	5	4	ПК-1-32 ПК-1-У1 ПК-1-В2 ПК-1-В3 ПК-1-В6 ПК-1-В7 ПК-1-31	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6 Л1.8Л2.5			
2.3	<p>Самостоятельное изучение литературы, самостоятельное изучение рекомендованных открытых источников, подготовка доклада с мини-презентацией. /Ср/</p>	5	20	ПК-1-32 ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-У3 ПК-1-В2 ПК-1-В3 ПК-1-В6 ПК-1-В7	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.8Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7			
	<p><b>Раздел 3. Раздел 3. Структура, механизмы и стратегии медиакommunikации</b></p>							

3.1	Понятие адресата и интерпретанты в медиакommunikации. Основные пути и способы управления образом адресата в лице реципиента медиасoобщения. Идеологическая и мифологическая компоненты знаковой деятельности. Основные стратегии медиакommunikации. Основы сторителлинга и нарративного анализа. Фокус эмпатии и точка зрения в медиатексте и медиадискурсе. /Лек/	5	4	ПК-1-32 ПК-1-31 ПК-1-У1	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7			
3.2	Пути, способы и стратегии управления медиа в различных сферах общественной жизни и народного хозяйства. /Пр/	5	4	ПК-1-32 ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-У3 ПК-1-В7 ПК-1-В6 ПК-1-В3 ПК-1-В2	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.4			
3.3	Самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы и рекомендованных материалов из открытых источников, подготовка аналитического эссе; Творческое задание 3.3.1. /Ср/	5	20	ПК-1-32 ПК-1-31 ПК-1-В7 ПК-1-В6 ПК-1-В5 ПК-1-В3 ПК-1-В2 ПК-1-У3 ПК-1-У1	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.2 Л2.4 Л2.5			
	<b>Раздел 4. Раздел 4. Сферы применения и методы анализа медиакommunikаций</b>							
4.1	Раздел 4. Сферы применения и методы анализа медиакommunikаций 4.1.1. Стратегии управления медиа в различных сферах общественной жизни и народного хозяйства 4.1.2. Современные методы анализа медиадискурса. DA; CA; CDA; Multimodal DA; Mediated DA; CMM etc. /Лек/	5	4	ПК-1-32 ПК-1-31 ПК-1-У1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7			
4.2	4.2.1. Менеджмент медиакommunikаций в промышленном и коммерческом секторе: Анализ кейсов. 4.2.2. Основы проектирования медиакommunikации в рекламной и PR деятельности, направленной на продвижение товаров, услуг и т.д. Анализ проектов.  /Пр/	5	5	ПК-1-32 ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-У3 ПК-1-В5 ПК-1-В6 ПК-1-В7 ПК-1-В3 ПК-1-В2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7			

4.3	Самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы и рекомендованных материалов из открытых источников, подготовка аналитического эссе; Творческое задание. /Ср/	5	24	ПК-1-32 ПК-1-31 ПК-1-В7 ПК-1-В6 ПК-1-В5 ПК-1-В3 ПК-1-В2 ПК-1-У3 ПК-1-У1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7			
-----	---	---	----	---	---	--	--	--

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

#### 5.1. Контрольные мероприятия (контрольная работа, тест, коллоквиум, экзамен и т.п), вопросы для самостоятельной подготовки

Код КМ	Контрольное мероприятие	Проверяемые индикаторы компетенций	Вопросы для подготовки
КМ1	Тест 1	ПК-1-31	Законодательство, регулирующее медиа коммуникации и рекламную деятельность
КМ2	тест 2	ПК-1-32;ПК-1-33	Инструменты медиа коммуникаций, принципы их функционирования Современные методики маркетинга
КМ3	тест 3	ПК-1-34	Основы экономики и финансов (для управления ценой и бюджетом)
КМ4	Тест 4	ПК-1-35	Основы социологии и психологии (для понимания потребителя)
КМ5	Практическое задание 1	ПК-1-У1	Изучать тренды рынка
КМ6	Практическое задание 2	ПК-1-У4;ПК-1-У3;ПК-1-У2	Работать в социальных сетях Делать Визуализации Анализировать данные
КМ7	Практическое задание на экзамене	ПК-1-В7;ПК-1-В6;ПК-1-В5;ПК-1-В4;ПК-1-В3;ПК-1-В2;ПК-1-В1	Обладать коммуникационными навыками Создавать коммуникационную стратегию Распределять каналы коммуникации Анализировать результаты кампаний Владеть командной работой Владеть декомпозицией больших задач в конкретные шаги Понимать принципы формирования устойчивых потребительских ассоциаций

#### 5.2. Перечень работ, выполняемых по дисциплине (Курсовая работа, Курсовой проект, РГР, Реферат, ЛР, ПР и т.п.)

Код работы	Название работы	Проверяемые индикаторы компетенций	Содержание работы
Р1	Экзамен - практическое задание	ПК-1-В7;ПК-1-В6;ПК-1-В5;ПК-1-В4;ПК-1-В3;ПК-1-В2;ПК-1-В1;ПК-1-У4;ПК-1-У3;ПК-1-У2;ПК-1-У1;ПК-1-31;ПК-1-32;ПК-1-33;ПК-1-34;ПК-1-35	Обладать коммуникационными навыками Создавать коммуникационную стратегию Распределять каналы коммуникации Анализировать результаты кампаний Владеть командной работой Владеть декомпозицией больших задач в конкретные шаги Понимать принципы формирования устойчивых потребительских ассоциаций

#### 5.3. Оценочные материалы, используемые для экзамена (описание билетов, тестов и т.п.)

Экзамен по дисциплине не планируется.

**5.4. Методика оценки освоения дисциплины (модуля, практики. НИР)**

В течение семестра студент получает баллы за выполненные задания. Итоговая оценка по дисциплине осуществляется посредством конвертации итогового балла (процента) в оценку по следующей схеме:

51 - 69 % - удовлетворительно

70 - 84% - хорошо

85 - 100% - отлично

Семестровый балл - минимум 36

Экзаменационный балл - минимум 16

Кейс - 20 баллов

Проектная работа - 50 баллов

Посещение аудиторных занятий и чтение дополнительной литературы не учитываются в баллах, отражающих учебные достижения обучающихся.

**6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ****6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л1.1	Бутакова Л. О., Хомяков В. И.	Правовая деятельность и лингвистическая безопасность в медийной сфере: учебное пособие	Электронная библиотека	Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016
Л1.2	Мандель Б. Р.	Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика: учебное пособие	Электронная библиотека	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2019
Л1.3		Медиакультура: словарь терминов и понятий: словарь	Электронная библиотека	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2018
Л1.4	Шарков Ф. И.	Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник	Электронная библиотека	Москва: Дашков и К°, 2018
Л1.5	Паршукова Г. Б.	Основы теорий коммуникаций: теории и модели коммуникаций: учебное пособие	Электронная библиотека	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017
Л1.6	Кириллова Н. Б.	Медиакультура и основы медиаменеджмента: учебное пособие	Электронная библиотека	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2020
Л1.7	Бодрийяр Ж.	В тени молчаливого большинства, или конец социального: монография	Электронная библиотека	Москва: Директ-Медиа, 2009
Л1.8	Кирия И. В., Новикова А. А.	История и теория медиа: учебник для вузов: учебник	Электронная библиотека	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020

**6.1.2. Дополнительная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л2.1	Шаркова О. Э.	Ценообразование: ответы на экзаменационные вопросы: самоучитель	Электронная библиотека	Минск: ТетраСистемс, 2013
Л2.2	Шарков Ф. И.	Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие	Электронная библиотека	Москва: Дашков и К°, 2016

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л2.3	Шарков Ф. И.	Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”): учебное пособие	Электронная библиотека	Москва: Дашков и К°, 2017
Л2.4	Шарков Ф. И., Бузин В. Н.	Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование: учебник	Электронная библиотека	Москва: Дашков и К°, 2018
Л2.5	Шарков Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие	Электронная библиотека	Москва: Дашков и К°, 2020
Л2.6	Шарков Ф. И., Сперанский В. И.	Общая конфликтология: учебник	Электронная библиотека	Москва: Дашков и К°, 2018
Л2.7	Шарков Ф. И.	Коммуникология: коммуникационный консалтинг: учебное пособие	Электронная библиотека	Москва: Дашков и К°, 2020

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Э1	Основы медиакоммуникации [Электронный ресурс]: Режим доступа по ссылке:	<a href="https://lms.misis.ru/">https://lms.misis.ru/</a> (07/11/2022)
Э2	НЭБ Национальная электронная библиотека [Электронный ресурс]: Режим доступа по ссылке:	<a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a>
Э3	ЭБС "Университетская Библиотека Онлайн" [Электронный ресурс]: Режим доступа по ссылке:	<a href="https://biblioclub.ru">https://biblioclub.ru</a>
Э4	Российская научная электронная библиотека, интегрированная с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ) [Электронный ресурс]: Режим доступа по ссылке:	<a href="https://www.elibrary.ru/">https://www.elibrary.ru/</a>
Э5	Маршалл Маклюэн: Понимание медиа. Примечания – Гуманитарный портал (gtmarket.ru) [Электронный ресурс]: Режим доступа по ссылке: (07/11/2022)	<a href="https://gtmarket.ru/library/basis/3528/3564?ysclid=la6gvcr6zh385173264#contents">https://gtmarket.ru/library/basis/3528/3564?ysclid=la6gvcr6zh385173264#contents</a>

### 6.3 Перечень программного обеспечения

П.1	Лицензии ПО Windows Server CAL ALNG LicSAPk MVL DvcCAL, ПО WinEDUA3 ALNG SubsVL MVL PerUsr и PerUsr
П.2	ESET NOD32 Antivirus
П.3	Microsoft Office
П.4	LMS Canvas

### 6.4. Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Ауд.	Назначение	Оснащение
Читальный зал №3 (Б)		комплект учебной мебели на 44 места для обучающихся, МФУ Xerox VersaLink B7025 с функцией масштабирования текстов и изображений, 8 ПК с доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus.
Читальный зал №4 (Б)		комплект учебной мебели на 20 рабочих мест, компьютеры с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Б-934	Лекционная аудитория: мультимедийная	4 кабины для синхронного перевода, мультимедийные экраны и проектор, ноутбук, пакет лицензионных программ MS Office, комплект учебной мебели на 130 посадочных мест

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

1. Дисциплина имеет теоретическую и аналитическую направленность, готовит обучающихся к ведению самостоятельной научно-исследовательской работы и написанию ВКР. В то же время практические занятия включают в себя задания на развитие практических умений в рамках выделенных компетенций. При этом значительное время выделяется на самостоятельную работу обучающихся, включая время на самоподготовку, изучение источников и выполнение аналитических и творческих заданий.
  - 2 Учебные занятия строятся на основе комбинированного подхода, сочетающего традиционные и дистанционные, синхронные и асинхронные форматы учебной работы. Используются такие активные и интерактивные формы проведения занятий, как дискуссии, выступления с докладами, анализ ситуаций и кейсов, представление результатов проектной работы в виде публичной презентации и пр. Кроме того предполагается выполнение студентами тестовых заданий и письменных работ, написание эссе, подготовку выступлений с докладами и презентациями на занятиях, активное участие в дискуссии, индивидуальная и коллективная проектная деятельность.
  3. Изучение основ медиакоммуникации предполагает интегрированное развитие общекультурных, универсальных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО.
  4. Работа над теоретическими аспектами данного модуля предполагает усвоение материала лекций, активную работу на занятиях, а также обязательное выполнение самостоятельной работы как в плане углубления знаний по темам, освещенным в лекционном курсе, так и в плане самостоятельного освоения ряда подтем.
  5. Самостоятельная работа студентов заключается, прежде всего, в изучении первоисточников, аналитических статей в научных журналах, рекомендованных глав и разделов учебных пособий, презентаций и видеопрезентаций, а также работу с медийными материалами, подготовку к устным выступлениям по вопросам, написание эссе и подготовку творческих работ, своевременное выполнение системы обязательных заданий, входящих в портфолио студента по данной изучаемой дисциплине.
- Программой предусматриваются следующие виды самостоятельной работы студентов:
- Чтение основной и дополнительной литературы по темам лекций;
  - Ведение глоссария терминов /Подготовка к терминологическому диктанту;
  - Прохождение теста для текущего контроля;
  - Прохождение промежуточного / контрольного теста по модулю, полусеместру / семестру / курсу.
  - Написание письменной работы, посвященной ответу на поставленный вопрос;
  - Подготовка аргументированных выступлений с презентацией на основе аналитического чтения источников, а также анализа медийных материалов.
  - Анализ ситуаций и кейсов;
  - Написание аналитического эссе;
  - Подбор, анализ, а также (в случае необходимости) разработка и создание медийного материала;
  - Индивидуальные творческие задания;
  - Командные творческие задания с элементами ролевой и деловой игры (например, по разработке медиатекста рекламного / PR / спиндокторингового характера).;
  - Участие в дискуссии с аргументацией своей точки зрения;
  - Проведение исследования и подготовка письменного отчета выступления по его результатам;
  - Написание аннотации исследовательской работы с выдвижением гипотезы, обоснованным выбором методов исследования и измеримых переменных;
  - Написание аналитического обзора литературы по исследуемому вопросу;
  - Написание аналитического обзора либо подготовка устной презентации рефлексии по поводу определенных медиасобытий и пр .
6. Программа рассчитана на то, чтобы студент был подготовлен к критическому осмыслению явлений медиакоммуникации, проведению исследования в сфере медиакоммуникации, творческому поиску и решению рассматриваемых проблем.
  7. Объем и качество аудиторной и самостоятельной работы студентов проверяются и контролируются в течение семестра при опоре на балльно-рейтинговую систему.