

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Институт государственного управления и
социально-гуманитарных наук
Кафедра рекламы и связей с общественностью



Е.М. Бобкова

2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б1.В.01 Современные кросс-медийные коммуникации

на 2024/2025 учебный год

Направление

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль

PR-технологии в современной коммуникативной индустрии

Квалификация

Магистр

Форма обучения

Заочная

ГОД НАБОРА 2023

Тирасполь 2024 г.

Рабочая программа дисциплины «Современные кросс-медийные коммуникации» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю подготовки «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии».

Составитель рабочей программы:

Преподаватель



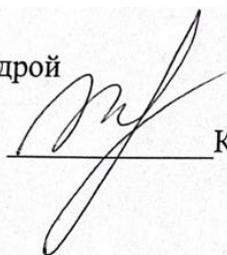
Н.В. Пильщикова

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

« 4 » сентября 2024г. протокол №1

Зав. выпускающей кафедрой

« 04 » сентября 2024г.



Колодка Л.В.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Современные кросс-медийные коммуникации» являются: формирование у студентов комплексного представления о связях с общественностью в политике и государственном управлении

Задачами освоения дисциплины «Современные кросс-медийные коммуникации» являются:

- системное описание специфики развития связи с общественностью в государственном управлении, история и современные тенденции;
- знакомство с основными инструментариями работников пресс-службы;
- анализ особенностей работы пресс-служб государственных структур;
- изучение взаимодействия государственных структур и общественных организаций,
- выявление специфики государственной информационной политики.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Обязательная часть. Блок 1 (Б1.В.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций, приведенных в таблице ниже:

Категория (группа) компетенций	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<i>Универсальные компетенции и индикаторы их достижения</i>		
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИД УК-4.1. Демонстрирует интегративные умения для выполнения письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, статей, эссе, обзоров и т.д.)
		ИД УК-4.2. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные.
		ИД УК-4.3. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях.
<i>Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения</i>		
Аудитория	ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или)	ИД ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп
		ИД ОПК-4.2.

	коммуникационные продукты	Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов
Медиа коммуникационная система	ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИД ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
Технологии	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИД ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ИД ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты,

		технические средства и программное обеспечение
<i>Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения</i>		
Системное выстраивание производственного процесса выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных технологий	ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ИД ПК-4.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями). ИД ПК-4.2. Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями ИД ПК-4.3. Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации ИД ПК-4.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы обучающихся по семестрам

Семестр	Трудоемкость, з.е./часах	Количество часов					Форма контроля
		В том числе					
		Аудиторных				Самостоятельная работа (СР)	
Всего	Лекций (Л)	Практических занятий (ПЗ)	Лабораторных занятий (ЛЗ)				
3	1 з.е./36 ч.	10	4	6	-	26	
4	3 з.е./108 ч.	14	6	8	-	85	Экзамен
Итого	4 з.е./144 ч.	24	10	14	-	111	9

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины

Номер раздела	Наименование разделов	Количество часов			СР	
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ		ЛЗ

1	Современная медиасфера	36	4	6	-	26
2	Технологии производства кросс-медиа	99	6	8	-	85
	Итого	135				
	Экзамен	9				
Всего		144	10	14	-	111

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности

Лекции 3,4 семестр

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема семинара	Учебно-наглядные пособия
Современная медиасфера				
1	1	2	Введение. Понятийный аппарат курса	Электронный учебник
2		2	Кросс-медийное планирование контента	Электронный учебник
Итого по разделу часов:		4 ч.		
Итого по 3 семестру:		4 ч.		
Технологии производства кросс-медиа				
1	2	2	Инструментальный фундамент кросс-медийной стратегии	Электронный учебник
2		2	Социальные сети, особенности, возможности, метрики	Электронный учебник
3		2	Особенности кросс-медийного планирования рекламных и PR-проектов	Электронный учебник
Итого по разделу часов:		6 ч.		
Итого по 4 семестру:		6 ч.		
Итого:		10 ч.		

Практические (семинарские) занятия 3,4 семестр

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема семинара	Учебно-наглядные пособия
Современная медиасфера				
1	1	2	Введение. Понятийный аппарат курса	Электронный учебник
2		2	Кросс-медийное планирование контента	Электронный учебник
3		2	Кросс-медийное планирование контента	Электронный учебник
Итого по разделу часов:		6 ч.		
Итого по 3 семестру:		6 ч.		
Технологии производства кросс-медиа				
1	2	2	Инструментальный фундамент кросс-медийной	Электронный учебник

			стратегии	
2		2	Социальные сети, особенности, возможности, метрики	Электронный учебник
3		2	Кросс-медийное планирование рекламных и PR-проектов.	Электронный учебник
4		2	Особенности кросс-медийного планирования рекламных и PR-проектов.	Электронный учебник
Итого по разделу часов:		8 ч.		
Итого по 4 семестру:		8 ч.		
Итого:		18 ч.		

Самостоятельная работа обучающегося

Раздел дисциплины	№ п/п	Тема и вид самостоятельной работы обучающегося	Трудоемкость (в часах)
Раздел 1	1	Специфика создания и продвижения текстов в социальных медиа – Реферат/Презентация	12 ч.
	2	Типы социальных медиа – Доклад	2 ч.
	3	Экранные коммуникации в формате социальных трансформаций – Реферат/Презентация	12 ч.
Итого по разделу часов:			26
Итого по 3 семестру:			26
Раздел 2	1	Создание интерактивной мультимедийной истории – Реферат/Презентация	12 ч.
	2	Примеры использования инфографики – Реферат	6 ч.
	3	Проблемы современных печатных СМИ в рамках развития новых коммуникативных технологий – Реферат	6 ч.
	4	Прямой эфир как феномен: от телетрансляций до стрима – Реферат/Презентация	12 ч.
	5	Технология создания контента на информационной станции – Доклад	2 ч.
	6	Свобода слова как аксиологический миф современной журналистики – Реферат/Презентация	12 ч.
	7	Моделирование медиа как теоретическая проблема и практическая задача – Реферат	6 ч.

	8	Моделирование форматов в российском телепространстве – Реферат/Презентация	12 ч.
	9	Технология создания контента на информационной станции – Реферат	6 ч.
	10	Тенденции усложнения медийного пространства – Реферат/Презентация	12 ч.
Итого по разделу часов:			85
Итого по 4 семестру:			85
Итого:			111

5. Примерная тематика курсовых проектов (работ) (при наличии)

Курсовые работы не предусмотрены

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№ п/п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор	Год издания	Количество экземпляров	Электронная версия	Место размещения электронной версии
<i>Основная литература</i>						
1	Современные практики и методы исследования медиасферы: новые медиа, социальные медиа и мультимедиа	Е.А. Зверева, А.М. Шестерина, М.А. Мирошник	2020	-	+	https://mega.nz/folder/mBNG0CQB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb_9cA/folder/XMchxJbL
2	Экранные коммуникации как фактор социализации медиaproстранства	Под редакцией С. Л. Уразовой	2019	-	+	https://mega.nz/folder/mBNG0CQB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb_9cA/folder/XMchxJbL
3	Новые медиа: теория и практика	И. Б. Игнатова, Е. С. Зубаркина, А. В. Землянский	2022	-	+	https://mega.nz/folder/mBNG0CQB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb_9cA/folder/XMchxJbL
<i>Дополнительная литература</i>						
1	Особенности медиапотребления	А.А. Амзин	2016	-	+	Корпус 6 Метод.каб.
2	Мультимедийная журналистика	А.Г. Качкаева	2017	-	+	Корпус 6 Метод.каб.
3	Конвергенция и жанры мультимедиа	Н.Г. Лосева	2010	-	+	Корпус 6 Метод.каб.

Итого по дисциплине: % печатных изданий _____ : <u>100%</u> электронных

6.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Основное программное обеспечение, используемое в процессе освоения дисциплины, включает такие программные продукты, как: MS Office (Word, PowerPoint); антивирусные программы, мультимедийные кодеки, архиваторы и др.

Необходимы компьютеры с доступом к Интернету, к системе «Moodle». Для обучающихся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам. К числу основных баз данных, информационных систем, используемых в процессе освоения дисциплины, относятся:

Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU: полнотекстовая база данных научных периодических изданий, <http://www.elibrary.ru/>

Интеллект-библиотека IQlib: электронная библиотека полнотекстовых версий печатных изданий, снабженная современной поисковой системой, позволяющей обрабатывать большой массив информации с высокой скоростью и эффективностью; электронный каталог библиографических описаний; энциклопедический и справочный аппарат. <http://www.iqlib.ru/>

Энциклопедические Интернет-ресурсы (Рубрикон <http://www.rubricon.com>; Мегаэнциклопедия <http://mega.km.ru/>; Википедия <http://ru.wikipedia.org>).

Глобальные поисковые системы (Yahoo: www.yahoo.com; Lycos: www.lycos.com; Altavista: www.altavista.com и др.) и локальные (Rambler: www.rambler.ru; Yandex: www.yandex.ru и др.).

6.3. Методические указания и материалы по видам занятий

Комбинированный формат проведения учебных занятий включает контактную работу обучающихся с преподавателями в аудитории и работу обучающихся и работу обучающихся с преподавателями дистанционно в режимах онлайн (online) и офлайн (offline) с использованием образовательного портала «Электронный университет ПГУ» (Moodle); платформ видеоконференций – Zoom и др.; возможности мессенджеров – Viber, Skype и др. а также проведение работы посредством групповой электронной почты обучающихся и электронной почты преподавателей.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Мультимедийная аудитория для проведения лекций; набор слайдов (презентаций) по дисциплине «Современные кросс-медийные коммуникации»; компьютерный класс для выполнения расчетно-графической работы.

Реализация учебной программы должна обеспечиваться доступом каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет. Для использования ИКТ в учебном процессе необходимо наличие программного обеспечения, позволяющего осуществлять поиск информации в сети Интернет, систематизацию, анализ и презентацию информации, экспорт информации на цифровые носители.

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.

Важнейшей стороной любой формы *практических занятий* являются практические занятия. Как правило, основное внимание уделяется формированию конкретных умений, навыков, что и определяет содержание деятельности - решение задач, графические работы, уточнение категорий и понятий науки, являющихся предпосылкой правильного мышления и речи.

Практические занятия организуются так, чтобы постоянно ощущалось нарастание сложности выполняемых заданий, испытывались положительные эмоции от

переживания собственного успеха в учении, напряженной творческой работы, поиска правильных и точных решений обучаемые получают возможность раскрыть и проявить свои способности, свой личностный потенциал. Поэтому при разработке заданий и плана занятий преподавателю необходимо учитывать уровень подготовки и интересы каждого студента группы, выступая в роли консультанта и не подавляя самостоятельности и инициативы студентов.

Обязательным условием является выполнение каждым студентом всех видов внеаудиторных работ в течение семестра.

На итоговом занятии необходимо резюмировать итоги изучения дисциплины в группе.

9. Технологическая карта дисциплины

Курс 2 группы ИГ23ВР68РО, семестр 3

Преподаватель – лектор: Н.В. Пильщикова

Преподаватели, ведущие практические занятия: Н.В. Пильщикова

Кафедра рекламы и связей с общественностью

Кредитно-модульная система в ИГУ и СГН не введена.

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Современные кросс-медийные коммуникации» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии».