

СОДЕРЖАНИЕ / CONTENTS

	Стр. / P.
1. Предисловие	4
2. Foreword	5
3. Введение.	6
4. Introduction.	7
5. Discourse of European experience of Innovative culture and Intellectual property research in the Udmurt State University (The results of the 1 st year of Module program)	10
6. Материалы учебной дисциплины «Европейский опыт формирования инновационной культуры: коммуникативные аспекты»	14
7. “European experience of innovative culture: communicative aspects” Course - draft syllabus	38
8. Материалы учебной дисциплины «Европейский и отечественный опыт исследования интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности»	41
9. “European and homeland experience of Intellectual Property: communicative aspects ” Course - draft syllabus	58
10. Материалы учебной дисциплины «Инновационные англоязычные СМИ в Евросоюзе: роль и функции»	61
11. Acknowledgements	92
Appendix - 1. Joint declaration of the European ministers of education - Bologna, 19.VI.1999 – на английском языке	93
Appendix - 2. Some part of photoreport of debates during the module course	96

Предисловие / Foreword

Данное издание призвано оснастить преподаваемую модульную программу «Европейский опыт инновационной культуры и отношений интеллектуальной собственности: коммуникативные аспекты» методическими разработками по организации лекционных и семинарских занятий, а также по формам отчетности студентов.

Поскольку данная модульная программа в целом ранее не читалась в УдГУ, постольку подобных методических разработок в университете еще не было (были лишь отдельные наработки по отдельным смежным или схожим дисциплинам). В связи с этим данное издание необходимо и для преподавателей, и для организации самостоятельной работы студентов и для их подготовки к занятиям, зачету или экзамену.

Данный модуль является молодой перспективной программой, формирующейся на стыке общественных и гуманитарных наук, в связи с требованиями преподавания на русском и на английском языке в рамках Болонского процесса; см. Приложение 1: Болонская декларация на английском языке – JOINT DECLARATION OF THE EUROPEAN MINISTERS OF EDUCATION (Bologna, 19.VI.1999). Пограничное положение данного модуля обуславливает повышенный интерес к нему и со стороны обществоведов и со стороны гуманитариев.

Русский и английский текст несколько отличаются. Это связано с тем, что реальный учебный процесс несколько отличается от формальных требований грантовой программы. Кроме того, даже несмотря на то, что Россия уже давно входит в Болонский процесс, по-прежнему существуют определённые отличия в организации российской системы высшего образования. При этом во многих изданиях есть определённая несимметричность русского и английского текстов в той или иной степени. Следует также учесть, что данное издание готовится к печати и к обсуждению более чем за год до конца гранта. Поэтому в целях встраивания модуля в учебный процесс материала на русском языке пока больше, чем на английском языке. Прежде всего, это относится к курсу «Инновационные англоязычные СМИ в Евросоюзе: роль и функции», который к моменту издания настоящих материалов был прочитан всего один раз.

Foreword

This publication is intended to equip the modular program "European experience of innovation culture and intellectual property relations: communication aspects" with methodological materials in the organization of lectures and seminars, as well with some forms of reporting for students.

Since this modular program (as a whole) has not been previously read at UdSU, so far as such methodological materials on the module's topic didn't existed at the University yet.

Actually, there were only some developments in certain related or similar disciplines). In this regard, this publication is necessary for teachers and for the organization of independent work of students and for their preparation for classes, tests or exams.

This module is a promising young program emerging at the intersection of social Sciences and Humanities, in connection with the requirements of teaching in Russian and in English in the framework of the Bologna process; see Annex 1: the Bologna Declaration in English – JOINT DECLARATION OF THE EUROPEAN MINISTERS OF EDUCATION (Bologna, 19.VI.1999). The edge position of the module leads to an increased interest on the part of social scientists and the Humanities.

The Russian and English texts are slightly different. This is due to the fact that the real educational process is somewhat different from the formal requirements of the grant program. In addition, even though Russia has long been part of the Bologna process, there are still some differences in the organization of the Russian higher education system. At the same time, many publications have a certain asymmetry of Russian and English texts to some extent. It should also be noted that this publication is being prepared for printing and discussion more than a year before the end of the grant. Therefore, in order to integrate the module into the educational process of the material in Russian is more than in English. First of all, this applies to the course "Innovative English-language media in the European Union: role and functions", which at the time of publication of this material was read only once.

Введение

В УдГУ с 1 сентября 2016 г. реализуется проект модульной программы «European experience of Innovative Culture and IPR: Communicative aspects». Эта модульная программа стала возможной благодаря гранту «Jean Monnet Modules» в рамках программы «Erasmus+». Программа «Jean Monnet» была открыта в 1989 г. и получила свое название в честь известного французского государственного деятеля, одного из «архитекторов» Европейского Союза Жана Моне. К целям программы (наряду с прочими) относится и содействие внедрению инноваций, в том числе, в области междисциплинарных исследований, открытых образовательных ресурсов, сетевого взаимодействия.

Гранты «Jean Monnet Modules» до настоящего момента ещё не реализовывались в УдГУ. Данная модульная программа рассчитана на 3 года. Цель гранта – распространение европейского опыта формирования инновационной культуры и исследований интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности в сравнительном анализе с отечественным опытом в данной сфере.

Преподавателям, работающим по данному гранту, необходимо вести занятия по следующим 3 предметам: «Европейский опыт формирования инновационной культуры: коммуникативные аспекты», «Европейский и отечественный опыт исследования интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности» и «Инновационные англоязычные СМИ в Евросоюзе: роль и функции».

В первый год реализации проекта занятия были проведены для 14 слушателей ИДПО. Во второй год занятия проводятся для 10 студентов магистратуры ИСК различных направлений и форм обучения (по требованиям гранта должно быть не менее 10 человек в год).

Разработчиками грантовых курсов являются д.ф.н., профессор кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций Латышов Ильдар Абдулхаевич и к.и.н., доцент кафедры издательского дела и книговедения Меншатова Ольга Викторовна.

Руководитель Грантовой программы – д.ф.н. Латышов И.А.

Introduction

This module programme is possible thanks to the grant "Jean Monnet Modules" within the programme "Erasmus+". The program "Jean Monnet" was opened in 1989 and received its name in honor of the famous French statesman (one of the "architects" of the European Union) Jean Monnet.

The "European experience of innovative culture and intellectual property relations: communicative aspects" (EICIPRC) module aims to promote EU studies in the area of communicative aspects of the innovative culture and intellectual property (IP) relations, in comparative analysis with domestic experience in this field.

The overall objective will be achieved by delivering 3 courses "European experience of Innovative culture: communicative aspects", "European and homeland experience of IP: communicative aspects" and "Innovative English language Mediacommunications in EU: role and functions".

The module presents and analyses the European innovative culture and IP, a new interdisciplinary field, which promotes a better understanding of institutions, processes, and policies, involved in this sphere. It will run until 2019.

The project will contribute to the internationalization of the Russian education in the sphere of innovative culture and IP, will broaden students' awareness of the innovative activity and IP rights protection. Indicators of achievement are results of each course, edition of Materials of the module and edition of collected materials of the Roundtable debate on the results of the module.

Realization of the Module program will create interest in the EU and constitute the basis for future poles of European knowledge, particularly in Russia.

Indeed, the main challenge of the project is connected with the key question of innovative culture — how can we foster invention and implementation of creative ideas and innovations as a base for a future IP? From a pure innovative perspective, this question is relevant. As we move into the 3rd millennium, European and Russian education systems are considering how best to meet the changing needs, challenges and innovative demands they face. So an interest in academic staff and teachers increased, since they are the ones who will eventually implement any

creative educational ideas, changes and innovations being considered. Another result is an increased interest in creative students as future innovators. And the main result is an increased interest in promotion of European experience of innovative culture and IP.

On the other hand, Russia joined Bologna process of integration of European educational *institutions*, so our project will help our university to promote innovative experience of European educational system more effectively.

As to scholars, necessity to solve Plagiarism problems is of great importance. So European experience of innovative culture and IP will be fruitful here.

The results will demonstrate evidence of academic added value, because the knowledge of European experience of innovative culture will help to develop creative approaches to educational innovations and scientific researches. So different departments of our university will understand and appreciate the value of EU studies. So it will promote EU studies in our university.

SPECIFIC EVENT

At The End Of The 1st Year Of Grant:

Discussion of the module

“European experience of innovative culture
and intellectual property relations: communicative aspects”

(the 19th of June, 2017)

It was in the form of discussion of positive and negative aspects of the 1st year of EICIPRC project. The Roundtable debate was intended to present the results of the 1st year of the educational module “European experience of innovative culture and intellectual property relations: communicative aspects” and a new course “Innovative English language Mass-media in EU: role and functions”.

The scientific materials and results of research of communicative aspects of European experience of innovative culture and intellectual property relations, educational results, methodological and methodical issues were discussed at the Roundtable debates.

The target groups were University students, researchers, postgraduate students, and professional groups, and civil society representatives.

The draft programme of the Roundtable debate was the following:

1. Greeting.
2. Presentation of course “European and homeland experience of innovative culture: communicative aspects”.
3. Presentation of course “European and homeland experience of intellectual property relations: communicative aspects”.
4. Discussion of the results of the 1st year of the module “European experience of innovative culture and intellectual property relations: communicative aspects”.
5. Presentation of course “Innovative English language Mass-media in EU: role and functions”.

The developers of the grant courses are Doctor of Philosophy, Professor of the Department of history, theory and practice of social communications Latypov Ildar Abdulkhaevich and Docent of publishing and book studies Menshatova Olga Viktorovna (candidate of historical sciences).

Head of Grant program – prof. Latypov I. A.

**Discourse of European experience of Innovative culture and
Intellectual property research in the Udmurt State University
(The results of the 1st year of Module program)**

I.A. Latypov, Ph.D., prof., Institute of Social Communications.
Translated by Kalach E.A., candidate of philological sciences, UdSU

An educational project “European Experience of Innovative Culture and IPR: Communicative aspects” is being implemented in ISC at the moment. The implementation of the project has become possible due to “Jean Monnet Modules” grant awarded within the framework of “Erasmus+” program. Launched in 1989, “Jean Monnet” program got its name after Jean Monnet, an outstanding French statesman and one of the founders of EU. One of the main program objectives is to contribute to innovation adoption in the field of interdisciplinary research, public educational sources and network interaction.

It is necessary to emphasize that it is the first time “Jean Monnet Modules” grant program has been implemented in UdSU and it is a three-year project.

The major aim of the project is to popularize the European experience of innovative culture and intellectual property research in communicative activity and to represent it in a comparative analysis to the Russian one.

While implementing the project we set the following tasks:

1. to identify communicative aspects of European experience of Innovative culture;
2. to identify communicative aspects of challenges that the field of intellectual property in EU and Russia meets;
3. to find out the ways to apply European experience of innovative culture and intellectual property relations in communication activity to Russian conditions;
4. to emphasize the prospects of communicative aspects of intellectual property development both in Europe and Russia.

The project “European Experience of Innovative Culture and IPR: Communicative aspects” meets the requirements of the international educational “Jean Monnet Modules” grant program. As it has been the first

experience of such program being implemented, the work is extremely challenging and the following aspects are the most problematic:

- 1) international;
- 2) modular;
- 3) educational;
- 4) related to the foreign grant;
- 5) systematic.

These problems are acute and need solving as intellectual activities products by Russian citizens must constitute intellectual property, first of all, of Russia itself but not of a foreign country. And this project is a good way to learn the basics of intellectual property products promotion and establishing intellectual property rights.

Analysis of the European experience of innovative culture and intellectual property research in communication activity is based on the interdisciplinary approach. For instance, the course is closely connected to such subjects as social philosophy, computer science, information law, management of innovations, economics, etc. However, all the disciplines listed differ by their subject of research.

The implementation of the grant project implies lecturing on 3 extracurricular courses: “European experience of innovative culture: communicative aspects”, “European and Russian experience of intellectual property research in communication activity” and “Innovative English language media in EU: role and functions”. Lectures and seminars have been held on two first courses during the first year of the grant project. Initially, the courses were meant for the students getting their Master’s degree in Advertising and Public Relations. But because of a number of difficulties they have to be implemented in the framework of The Institute of Postgraduate and Professional Training curricula.

During the first year of the grant project 14 trainees participated in the course.

Electronic version of learning and teaching resources within the grant project is being worked out at the moment. The resources provided through Russian domestic social net “VKontakte” seem to be more required as it is just more popular in Russia than “Facebook”, the international social net. Information support of the project is secured by “Vkontakte” network community named “Innovations+IPR: EU and Russian Experience” and available at <http://vk.com/club142707215>

The 2nd of June saw a scientific and methodological seminar called “European Experience of Innovative Modular System”. By that time one more “Vkontakte” network community had been created.

The seminar was held in a conference hall (room 003, building 1, UdSU) hosting about 40 participants.

The participants were greeted by M.M. Kibardin, a vice-rector for academic and educational work.

I.A. Latypov (prof.) made a speech on the European experience of innovative modular system.

O.V. Menshatova (doc.) briefed on the work program of “Innovative English language media in EU: role and functions” academic course.

The seminar resulted in the certificates on the completion of the course having been awarded to 14 grant project trainees issued by The Institute of Postgraduate and Professional Training.

On the 19th of June a round table “European Experience of Innovative Culture and Intellectual Property Relations: Communicative aspects” (based on “Jean Monnet” program implementation experience in UdSU”) was held in room 229, building 1, UdSU. The round table preparations required the creation of one more “Vkontakte” network community available at <http://vk.com/event148302692>.

The round table attracted 46 participants.

The participants were greeted by S.D. Buntov (UdSU administration counsellor) and E.N. Angolenko (Head of the Curriculum and Instruction Department).

L.V. Evseeva, head of the International Programs Department, made a speech on “Jean Monnet” application form peculiarities (within the framework of “Erasmus+” program) and gave practical recommendations.

I.A. Latypov (prof.), spoke on the educational project “European Experience of Innovative Culture and Intellectual Property Relations: Communicative aspects” – Project № 575008-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE (EICIPRC).

S.A. Danshina, head of the Department of History, Theory and Practice of Social Communications, described the prospects for getting Master’s degree in the field of Advertising and Public Relations in the Institute of Social Communications.

L.N. Petukhova, expert of Curriculum and Instruction Department of UdsU, deputy head for academic work in the Institute of Sciences, made a presentation on the topic “Modular Education in the Institute of Sciences”.

M.U. Savelev (cand. of econom. sc.) chairman of the board of “Mitra” association, specializing in the problems of business activity and social development methodology, made a report on the topic “Methodological tools of dealing with management training crisis”.

M.P. Lobanov, head of the Intellectual property protection department, made a report on the topic “Intellectual Property in UdsU”.

O.V. Menshatova (Docent) described the prospects for “Innovative English language media in EU: role and functions” academic course.

A.I. Karmanchikov (Docent), the Institute of Civil Protection, gave an overall assessment of the project implemented on behalf of the group of trainees.

The round table resulted in the international certificates on the completion of the course having been awarded to the grant project trainees.

It is necessary to emphasize that the project implementation involves huge and difficult work, most part of which is still ahead.

So, I would like to express my gratitude to the Institute of Social Communications, the International Programs Department and The Institute of Postgraduate and Professional Training of UdsU for their assistance and support and hope for further successful cooperation!

**I.A. Latypov, Prof. of the Department of History,
Theory and Practice of Social Communications, UdsU**

Translated by Kalach E.A., cand. of philol. sc., doc., UdsU. –

The translation of paper
in the “Udmurt university” newspaper
(on the 27th of June, 2017).

Перевод статьи «Гранты Jean Monnet в действии» в газете «Удмуртский университет» № 6 (223) от 27 июня 2017 г.

**МАТЕРИАЛЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Европейский опыт формирования инновационной
культуры: коммуникативные аспекты»**

в рамках

**МОДУЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
*«Европейский опыт инновационной культуры
и отношений интеллектуальной собственности:
коммуникативные аспекты»***

Разработчик курса – д.ф.н. Латыпов Ильдар Абдулхаевич

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Европейский опыт формирования инновационной культуры: коммуникативные аспекты» является формирование у обучающихся в магистратуре понимания основных аспектов Европейского опыта становления и развития инновационной культуры.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи освоения дисциплины:

- 1) в процессе прочтения курса ознакомить обучающихся в магистратуре с общими характеристиками развития содержания инновации в современной Европе,
- 2) рассмотреть основные вопросы инновационной культуры в современном обществе,
- 3) рассмотреть специфику и виды технологии формирования инновационной культуры,
- 4) дать общие характеристики перспектив развития технологии формирования инновационной культуры.

После изучения данного курса обучающиеся в магистратуре должны **знать**:

- основные закономерности инновационной деятельности,
- механизмы и принципы формирования организационной структуры в инновационных проектах,
- общие характеристики Европейской инновационной культуры в информационном обществе,
- основные понятия технологии формирования инновационной культуры,
- специфику формирования инновационной культуры в России,
- пути и направления развития глобального инновационного общества.

Уметь:

- делать обобщения в анализе проблем инновационной деятельности,
- пользоваться источниками по проблемам инноватики,
- формулировать проблемы внутрикорпоративных отношений в инновационных проектах.

Владеть опытом:

- использования теоретического материала для анализа инновационных проектов,
- ведения полемики по данной проблеме в пределах основных вопросов курса.

Принципы построения курса

Материал данного курса использует результаты научно-исследовательского семинара. Успешное освоение курса позволяет повысить уровень научно-исследовательской работы в модуле «Практики и научно-исследовательская работа».

Данный курс – для студентов, обучающихся в магистратуре ИСК. Теоретические аспекты закрепления результатов инновационной деятельности в виде интеллектуальной собственности даются в курсе «Европейский и отечественный опыт исследования интеллектуальной собственности». Курс нацелен на развитие базовых навыков и умений в области формирования инновационной культуры.

Анализ Европейского опыта формирования инновационной культуры предполагает связи с различными общественными и гуманитарными науками. В частности, многие аспекты данной проблемы можно рассматривать с точки зрения Европейского опыта исследования интеллектуальной собственности. Также курс связан с управлением медиакоммуникациями и др. Курс имеет практическую часть в виде семинарских занятий.

Программа курса построена линейно.

В курсе выделено несколько разделов / тем:

1. Европейский опыт анализа инновационной деятельности,
2. Социальные качества инновационной культуры в современном обществе,
3. Технократические методы формирования основ инновационной культуры,
4. Европейский опыт образовательных технологий формирования инновационной культуры,
5. Европейский опыт эвристических технологий формирования инновационной культуры,

6. Социально-коммуникативные технологии формирования инновационной культуры,

7. Перспективы развития инновационной культуры.

Объем дисциплины

Объем контактной работы обучающихся с преподавателем составляет 28 академических часов, в том числе лекции – 7 часов, практические – 21 час. Объем самостоятельной работы составляет 87 часов, итоговый контроль – экзамен.

Содержание дисциплины

Содержание курса лекционных занятий

ТЕМА 1. Европейский опыт анализа инновационной деятельности

Актуальность исследований технологии формирования инновационной культуры. Научно-практическое значение исследований технологии формирования инновационной культуры. Понятие инновации: категориальный анализ.

Международный опыт практической реализации инноваций. Российская специфика инновационной деятельности.

Сфера инновационной деятельности в современном обществе. Необходимость пересмотра классических представлений об инновационной деятельности в современном обществе. Дилемма в выборе инновационных подходов или следовании устоявшейся технологии.

Основное понятие: инновация.

ТЕМА 2. Социальные качества инновационной культуры в современном обществе

Определение и качественные характеристики инновационного общества в различных социальных теориях.

Определение инновационной культуры. Переход от номинальной дефиниции к реальному определению понятия инновационной культуры.

Качественные характеристики инновационной культуры. Позитивные социальные качества инновационной культуры. Проблема недооценки инновационной культуры и ее негативные аспекты. Многообразие социальных измерений инновационной культуры в современном обществе. Социальные качества инновационной культуры в информационном обществе.

Соотношение инновационной культуры и информационной культуры в современном обществе.

Основные понятия: инновационная культура, инновационное общество.

ТЕМА 3. Технократические методы формирования основ инновационной культуры

Социально-историческая периодизация с точки зрения развития волн технологий (Белл Д., Тоффлер О.). Номинальное и реальное определение понятия инновационного капитала. Соотношение культурного и инновационного капитала в постиндустриальном обществе.

Возрастание значения информационного и технологического обеспечения инновационных проектов.

Роль ИТ и инновационных технологий в современных условиях. Потенциал технологии «дополненной реальности» для развития инновационной культуры. Сетевые коммуникативные площадки для обсуждения и пересмотра инновационной культуры.

Понятие инновационного потенциала. Общие характеристики типологии. Определение и типология инновационной культуры. Технократический тип инновационной культуры.

Общая теория планирования изменений человеческой деятельности. Необходимость инновационных подходов к конструированию новых видов и способов общественной деятельности.

Конструктивистский подход к развитию инновационной культуры. Кибернетика как общая теория управления. Возможности «кибернетики второго порядка» для развития инновационной культуры.

Основные понятия: инновационный капитал, инновационный потенциал, «кибернетика второго порядка».

ТЕМА 4. Европейский опыт образовательных технологий формирования инновационной культуры

Формирование инновационной культуры в образовательных технологиях информационного общества. Информационные и инновационные технологии образования в обществе, основанном на знаниях.

Понятие субъекта образовательных технологий формирования инновационной культуры. Виды субъектов образовательных технологий формирования инновационной культуры.

Понятие объекта в образовательных технологиях формировании инновационной культуры.

Понятие креативности. Значение креативности для формирования инновационной культуры. ТРИЗ-педагогика. Жизненная стратегия творческой личности: способы преодоления нестандартных проблем в ТРИЗ-педагогике. Развитие творческого воображения и креативности в образовательных технологиях формирования инновационной культуры.

Основные понятия: субъект формирования инновационной культуры, креативность.

ТЕМА 5. Европейский опыт эвристических технологий формирования инновационной культуры

История и виды эвристических технологий. Майевтика Сократа (метод «сократического диалога») как вид эвристических технологий.

Эвристическое обучение как продуктивная образовательная технология, предполагающая поисковую деятельность учащихся, создание ими собственной образовательной продукции, развитие личностных качеств обучаемых. Использование эвристических приемов, способствующих активизации мышления и познавательной деятельности.

Эвристические подходы к обучению в рамках дидактических систем развивающего, проблемного обучения.

Основные функции эвристического обучения: развитие творческого мышления; формирование познавательной

самостоятельности; обучение учащихся приемам умственной деятельности; развитие мотивации учения, мотивации достижения.

Основные эвристические методы: «мозгового штурма» («мозговой атаки»), брейнсторминг), метод эвристических вопросов, метод многомерных матриц, инверсии, метод эмпатии (личной аналогии), синектики.

Виды объектов эвристических технологий формирования инновационной культуры.

Основные понятия: Майевтика, объект эвристических технологий.

ТЕМА 6. Социально-коммуникативные технологии формирования инновационной культуры

Брейнсторминг, метод «корабельного совета» и краудсорсинг (crowdsourcing) как виды социально-коммуникативных технологий формирования и реализации инновационной культуры.

Система «ринги» как организационно-управленческая процедура, практикуемая в японских компаниях, основанная на взаимосвязанности системы их внутренних коммуникаций.

Синергетические эффекты социально-коммуникативных технологий формирования инновационной культуры. Использование «социальной памяти» в технологиях формирования инновационной культуры.

Социально-коммуникативные технологии решения нестандартных задач в сфере рекламы и связи с общественностью. Инновационные схемы в медиакommunikациях. Основные тенденции развития инновационных процессов в медиакommunikациях.

Основные понятия: метод «корабельного совета», краудсорсинг.

ТЕМА 7. Перспективы развития инновационной культуры

Основные тенденции развития инновационных процессов: соотношение инновационного капитала с инновационным потенциалом.

Социальная теория постинновационного общества. Постинновационное общество как перспектива развития

инновационного общества. Основные тенденции развития инновационной культуры в постинновационном обществе.

Инновационный менталитет. Постинновационный менталитет. Перспективы развития инновационной культуры. Общая характеристика результатов инновационной деятельности как видов интеллектуальной собственности. Понятие интеллекта. Понятие интеллектуального капитала. Понятие приоритета.

Виды интеллектуальной собственности. Интеллектуальные права. Авторские и смежные права в сфере инновационной культуры. Автор результата интеллектуальной деятельности. Автор произведения. Объекты авторских прав.

Патентные права в сфере инновационной культуры. Средства индивидуализации юридических лиц, товаров, услуг и предприятий в сфере инновационной культуры. Товарные знаки и знаки обслуживания как виды интеллектуальной собственности. Современные проблемы интеллектуальной собственности.

Основные понятия: информационный капитал, культурный капитал, инновационный потенциал, интеллектуальная собственность, постинновационное общество.

План практических занятий

Технология обучения ориентирована на формирование, профессиональных компетенций, базовых навыков и умений в области развития инновационной культуры.

ТЕМА 1. Европейский опыт анализа инновационной деятельности

1. Роль инновационной деятельности в современной Европе.
2. Категориальный анализ понятия «инновация».
3. Формирование и развитие представлений об инновациях.
4. Европейский опыт практической реализации инноваций.
5. Российская специфика инновационной деятельности.

Методические рекомендации

При подготовке к семинару необходимо обратить внимание на понятийный аппарат лекционного занятия. На данном занятии необходимо сформировать личный тезаурус основных понятий на

основании ключевых терминов лекции 1. Кроме того, необходимо знать основные этапы исследований Й. Шумпетера по проблемам инноватики.

Литература к теме 1

1. Барышева А.В. Инновации. - СПб.: Лань, 2012. - 384 с. - ISBN 978-5-394-01453-6.
2. Кожухар В.М. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. - СПб.: Лань, 2011. - 292 с. - ISBN 978-5-394-01047-7
3. Латыпов И. А. Развитие информационного общества: угроза или вызов? // Социальная теория и проблемы информационного общества: материалы 1 Междунар. симп., 30-31 окт. 2009 г., Ижевск. - 2009. URL: <http://sioi.conf.udsu.ru/>.
4. Латыпов, И.А. Методология формирования инновационной культуры: учеб.-метод. пособие. Ижевск: Удмурт. ун-т, 2011. - 32с.- Электрон. ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/7809>.
5. Латыпов И. А., Соколова О.П., Обидина Е.Ю. и др. Проблема трансформации социальных коммуникаций в современной цивилизации: Монография/ Ред. Латыпов И.А. Ижевск, 2014. 256 с.
6. Латыпов И. А., Обидина Е. Ю., Соколова О. П. и др. Социально-коммуникативные технологии формирования информационного общества в Удмуртии / ред. Латыпов И.А. Ижевск, 2015. - 214 с.
7. Тоффлер О. Наука и изменение. Предисловие к книге: Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. М.: Прогресс, 1986. С. 11–33.

ТЕМА 2. Социальные качества инновационной культуры в современном обществе

1. Социальные теории инновационного общества.
2. Основные тенденции развития инновационных процессов.
3. Определение инновационной культуры.

Методические рекомендации

При подготовке к семинару необходимо обратить внимание на социально-теоретический аспект инноватики.

На данном семинаре студент должен ясно усвоить, что собой представляют понятия инновационного общества и инновационной культуры.

Литература к теме 2

1. Барышева А.В. Инновации. - СПб.: Лань, 2012. - 384 с. - ISBN 978-5-394-01453-6.

2. Кожухар В.М. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. - СПб.: Лань, 2011. - 292 с. - ISBN 978-5-394-01047-7
3. Латыпов И. А. Развитие информационного общества: угроза или вызов? // Социальная теория и проблемы информационного общества: материалы 1 Междунар. симп., 30-31 окт. 2009 г., Ижевск. - 2009. URL: <http://sioi.conf.udsu.ru/>.
4. Латыпов, И. А. Методология формирования инновационной культуры: учеб.-метод. пособие. Ижевск: Удмурт. ун-т, 2011. - 32с. - Электрон. ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/7809>.
5. Латыпов И. А., Соколова О.П., Обидина Е.Ю. и др. Проблема трансформации социальных коммуникаций в современной цивилизации: Монография/ Ред. Латыпов И.А. Ижевск, 2014. 256 с.
6. Латыпов И. А., Обидина Е. Ю., Соколова О. П. и др. Социально-коммуникативные технологии формирования информационного общества в Удмуртии / ред. Латыпов И.А. Ижевск, 2015. - 214 с.
7. Мешков А.А. Основные направления исследования инновации в американской социологии// Социологические исследования. 1996. №5. С. 127.

ТЕМА 3. Технократические методы формирования основ инновационной культуры

1. Социально-историческая периодизация с точки зрения развития волн технологий (Маклюэн М., Белл Д., Тоффлер О.).
2. Общие характеристики типологии. Типология инновационной культуры.
3. Соотношение культурного и инновационного капитала.
4. Роль ИТ и инновационных технологий в современных условиях. Потенциал технологии «дополненной реальности» для развития инновационной культуры. Сетевые коммуникативные площадки для обсуждения и пересмотра инновационной культуры.
5. Кибернетика как общая теория управления. Конструктивистский подход к развитию инновационной культуры. Возможности «кибернетики второго порядка» для развития инновационной культуры.

Методические рекомендации

Ключевыми терминами семинара являются термины «инновационный капитал» и «кибернетика второго порядка».

Необходимо знать основные этапы исследований кибернетики и типологии инновационной культуры.

Литература к теме 3

1. Белл Д. Социальные рамки информационного общества// Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс, 1986. С. 330–342.
2. Долгин А. Б. Экономика символического обмена. М.: Инфра-М, 2006. 632 с.
3. Инновационный менеджмент// Бовин А.А., Чередникова Л.Е. Интеллектуальная собственность: экономический аспект. М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2001. С.7-32.
4. Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург, 2004. 328с.
5. Латыпов И.А. Информационный капитал в образовательных технологиях: категориальный анализ// ПР в образовании. 2003. № 6. С. 103-108.
6. Латыпов И. А. Развитие информационного общества: угроза или вызов?// Социальная теория и проблемы информационного общества: материалы 1 Междунар. симп., 30-31 окт. 2009 г., Ижевск. - 2009. URL: <http://sioi.conf.udsu.ru/>.
7. Латыпов И.А., Коробейникова О.В. Значение информационных технологий и компьютерной грамотности для связей с общественностью в госструктурах// ПР в образовании. 2004. №2. С. 94-100.
8. Латыпов И.А. Собственность на информацию как социально-философская проблема. Ижевск, 2007. С. 29-103 (Главы 1-2).
9. Латыпов И.А. Социально-философские аспекты невещественной собственности в информационном обществе. Ижевск: КнигоГрад, 2008. – 315 с.

ТЕМА 4. Европейский опыт образовательных технологий формирования инновационной культуры

1. Понятие креативности.
2. Значение креативности для формирования инновационной культуры.
3. Развитие творческого воображения и креативности в образовательных технологиях формирования инновационной культуры.
4. ТРИЗ-педагогика.

Методические рекомендации

На данном занятии студент должен ясно усвоить, что собой представляют понятия творческого воображения и креативности

субъекта формирования инновационной культуры. В ходе семинара необходимо охарактеризовать бум образовательных стартапов. Если первые онлайн-проекты (в 1990-е годы) были связаны с переводом в электронный вид учебных материалов, то сейчас ежегодный прирост рынка онлайн-образования составляет 27%, традиционного — 5%. Крупнейшие онлайн платформы. Массовые открытые онлайн-курсы. Самые востребованные компетенции возникают на стыке традиционных сфер и новых технологий (маркетинг в социальных медиа или цифровые финансы).

Литература к теме 4

1. Латыпов И.А. Инновации в образовательных технологиях информационного общества// Удмуртский университет. Ижевск. № 2 (92), 22 февраля 2007. С. 5.
2. Латыпов И. А. Методология формирования инновационной культуры: Учебно-методическое пособие. Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. 36 с. – Для магистратуры по направлению «Туризм».
3. Традиции и новации как проблема. Традиции и новации как ресурс и резерв развития социально-культурного сервиса и туризма в России// Между прошлым и будущим: социальные отношения, ценности и институты в изменяющейся России: VIII международная научно-практическая конференция: в 2 т. Екатеринбург, 17-18 мая 2005 г. Т. 1. С. 451-543.
4. Черемных В.Ю. ТРИЗ-педагогика как инновационная технология развития творческой личности - <http://triz-istok.ru/sborniki/sbornik-2005-teori/triz-pedagogika-kak-innovacionnaya-texnologiya-razvitiya-tvorcheskoj-lichnosti.html> (07.12.2013).
5. <http://www.altshuller.ru> (07.12.2013).

ТЕМА 5. Европейский опыт эвристических технологий формирования инновационной культуры

1. Майевтика
2. Метод эвристических вопросов
3. Метод многомерных матриц.
4. Метод инверсии.
5. Метод эмпатии (личной аналогии)
6. Синектика.

Методические рекомендации

Для раскрытия темы студенты анализируют внедрение новых эвристических технологий формирования инновационной культуры

Кроме того, необходимо знать основные этапы майевтики и современных исследований синектики, а также возможности внедрения эвристических технологий в инновационную деятельность.

Литература к теме 5

1. Инновационный менеджмент// Бовин А.А., Чередникова Л.Е. Интеллектуальная собственность: экономический аспект. М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2001. С.7-32.
2. Латыпов И. А. Методология формирования инновационной культуры: Учебно-методическое пособие. Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. 36 с. – Для магистратуры по направлению «Туризм».
3. Черемных В.Ю. ТРИЗ-педагогика как инновационная технология развития творческой личности - <http://triz-istok.ru/sborniki/sbornik-2005-teori/triz-pedagogika-kak-innovacionnaya-texnologiya-razvitiya-tvorcheskoj-lichnosti.html> (07.12.2013).
4. <http://www.altshuller.ru> (07.12.2013).

ТЕМА 6. Социально-коммуникативные технологии формирования инновационной культуры

1. Брейнсторминг и метод «корабельного совета»,
2. Система «ринги»
3. Краудсорсинг
4. Синергетические эффекты социально-коммуникативных технологий формирования инновационной культуры. Использование «социальной памяти»
5. Инновационные схемы в проектировании рекламной и ПР-деятельности. Основные тенденции развития инновационных процессов в РИСО.

Методические рекомендации

При подготовке к семинару необходимо обратить внимание на краудсорсинг (crowdsourcing) и синергетические эффекты социально-коммуникативных технологий формирования и реализации инновационной культуры.

Литература к теме 6

1. Латыпов И. А. Методология формирования инновационной культуры: Учебно-методическое пособие. Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. 36 с.
2. Латыпов И. А. Институционализация инновационного проекта по созданию базы для исследований социально-коммуникативных технологий информационного общества в Удмуртии// Материалы II Международной научно-практической конференции «Международное сотрудничество: интеграция образовательных пространств» (17-19 ноября 2011 г.). Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. С. 486-490.
3. Латыпов И.А. Инновационная теория полисубъектной социальности в связях с общественностью: гетерологические аспекты// Тезисы докладов теоретического семинара «Инновационная деятельность в условиях глобализации»/ Отв. Ред. В.А. Журавлев, С.С. Савинский, И.А. Латыпов. Ижевск: НИЦ «РХД», ИКИ, 2006. С. 94-96.
4. Латыпов И.А., Коробейникова О.В. Значение информационных технологий и компьютерной грамотности для связей с общественностью в госструктурах// ПР в образовании. 2004. №2. С. 94-100.
5. Современные социально-политические технологии в сфере формирования толерантного общественного сознания. Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции. Отв. ред.: Мерзлякова Г.В. Отв. за выпуск: Латыпов И.А. Ижевск, 2002.

ТЕМА 7. Перспективы развития инновационной культуры

1. Постинновационное общество как перспектива развития инновационного общества.
2. Понятие инновационного потенциала, инновационный и постинновационный менталитет.
3. Соотношение информационного и культурного капитала с инновационным потенциалом.
4. Различные виды защиты результатов инновационной деятельности как виды интеллектуальной собственности.
5. Средства индивидуализации юридических лиц, товаров, услуг и предприятий в сфере инновационной культуры. Товарные знаки и знаки обслуживания как виды интеллектуальной собственности.
6. Инновационный потенциал в сфере коммуникаций.

Методические рекомендации

Данное семинарское занятие нацелено на изучение перспектив развития инновационной культуры в постинновационном обществе.

При подготовке к семинару необходимо обратить внимание на инновационный потенциал в сфере коммуникаций и перспективы развития краудфандинга в качестве краудсорсинга в постинновационном обществе.

Литература к теме 7

1. Глинчикова А.Г. Может ли быть товаром интеллект и продукт его труда? // Вопросы философии. 1997, № 3. С. 3-15.
2. Долгин А. Б. Экономика символического обмена. М.: Инфра-М, 2006. 632 с.
3. Латыпов И.А. Инновационная теория полисубъектной социальности в связях с общественностью: гетерологические аспекты// Тезисы докладов теоретического семинара «Инновационная деятельность в условиях глобализации»/ Отв. Ред. В.А. Журавлев, С.С. Савинский, И.А. Латыпов. Ижевск: НИЦ «РХД», ИКИ, 2006. С. 94-96.
4. Латыпов И. А. Методология формирования инновационной культуры: Учебно-методическое пособие. Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. 36 с.
5. Латыпов И.А., Коробейникова О.В. Значение информационных технологий и компьютерной грамотности для связей с общественностью в госструктурах// ПР в образовании. 2004. №2. С. 94-100.
6. Латыпов И. А., Соколова О.П., Обидина Е.Ю. и др. Проблема трансформации социальных коммуникаций в современной цивилизации: Монография/ Ред. Латыпов И.А. Ижевск, 2014. 256 с.
7. Латыпов И.А. Собственность на информацию как социально-философская проблема. Ижевск, 2007. С. 124-198 (§2.3 Главы 2, Глава 3).
8. Латыпов И.А. Социально-философские аспекты невещественной собственности в информационном обществе. Ижевск: КнигоГрад, 2008. – 315 с.
9. Латыпов И. А. Философские аспекты информационного капитала в современном обществе// Личность. Культура. Общество. - 2008. - Т. 10, вып. 2. - С. 255-261.
10. Расторгуев С.П. Философия информационной войны. М., 2001. 468с.

Интерактивные образовательные технологии, используемые на аудиторных занятиях

По учебному плану из 28 аудиторных часов в интерактивной форме требуется провести 7 часов (25 %). Интерактивные образовательные технологии, предполагающие организацию обучения как продуктивной творческой деятельности в режиме взаимодействия студентов друг с другом и с преподавателем, используемые на аудиторных занятиях:

Тема	Виды учебной работы	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
Тема 1	лекция	Лекция-диалог, микродискуссия «Научно-практическое значение исследований инновационной культуры в ЕС»	2 часа
Тема 2	практическое занятие	Подготовка проблемных презентаций в микрогруппах	1 час
Тема 3	практическое занятие	Подготовка проблемных презентаций в микрогруппах	1 час
Тема 4	практическое занятие	Подготовка проблемных презентаций в микрогруппах	1 час
Тема 7	практическое занятие	Дискуссия на тему: «Сходства и отличия инновационной культуры в РФ и в Европе»	2 часа
Итого			7 часов

Данные технологии обеспечивают более высокую вовлеченность аудитории и более высокий уровень усвоения материала.

Контролирующие материалы

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Инновационный менеджмент в коммуникации.
2. Инновации в РиСО.
3. Инновации в современной рекламе.
4. Перспективы развития технологии «дополненной реальности» для развития инновационной культуры.
5. Информационное обеспечение в РиСО.

Дополнительные формы контроля самостоятельной работы:

- 1) Составление логической схемы базы знаний по различным темам курса. Отчетность: дискуссионное обсуждение на семинарах.
- 2) Подготовка докладов и рефератов по темам семинаров. Отчетность: открытая защита на соответствующих семинарах.
- 3) Анализ Интернет-ресурсов. Отчетность: дискуссионное обсуждение на семинарах.
- 4) Обзор статей по различным темам курса. Отчетность: дискуссионное обсуждение на семинарах.

Тематика докладов и реферативных работ

1. Общие характеристики инноватики.
2. Социально-философские характеристики инновационной культуры.
3. Проблема перспектив постинновационного общества в социокультурных исследованиях.
4. Инновационный потенциал как социально-философская проблема.
5. Функции информационных структур в инновационной культуре.
6. Социальный институт информационной культуры в современных условиях.
7. Структура и функции информационных субкультур.
8. Проблемы интеллектуальной собственности в информационной деятельности.
9. Авторские и смежные права разработчиков инновационных видов услуг в сфере РиСО.

10. Товарные знаки и знаки обслуживания как виды интеллектуальной собственности.
11. Проблемы защиты «Know-how» в сфере РИСО.
12. Сравнительный анализ английского, немецкого и французского опыта инноваций в медикоммуникациях.

Форма контроля работ: открытая защита.

Вопросы к экзамену

1. Категориальный анализ понятия «инновация».
2. Европейский опыт инновационной деятельности.
3. Общие характеристики типологии.
4. Определение и типология инновационной культуры.
5. Общие характеристики инновационной культуры: Европейский опыт.
6. Социальные теории инновационного общества.
7. Многообразие социальных измерений инновационной культуры в современном обществе.
8. Социальные качества инновационной деятельности в информационном обществе.
9. Понятие креативности.
10. Дилемма в выборе инновационных подходов или следовании устоявшейся технологии.
11. Соотношение информации и знания в инновациях.
12. Переход от номинальной дефиниции к реальному определению понятия инновационной культуры.
13. Понятие субъекта формирования инновационной культуры.
14. Виды субъектов формирования инновационной культуры.
15. Понятие объекта в формировании инновационной культуры.
16. Виды объектов инновационной деятельности.
17. Понятие интеллекта.
18. Понятие приоритета.
19. Понятие интеллектуального капитала.
20. Соотношение информационного и культурного капитала с инновационным потенциалом.
21. Информационное обеспечение социокультурной деятельности.

22. Авторские и смежные права разработчиков инновационных видов услуг в РиСО.
23. Товарные знаки и знаки обслуживания как виды интеллектуальной собственности.
24. Проблемы защиты Know-how в коммуникациях.
25. Инновационный менталитет и постинновационный менталитет.
26. Основные тенденции развития инновационной культуры в постинновационном обществе.
27. Перспективы развития инновационной деятельности в РиСО.

Промежуточный контроль – опросы на семинарских занятиях. Итоговый контроль – экзамен. Критерии итогового контроля: степень активности участия в семинарских занятиях, подготовка и обсуждение рефератов, докладов, результаты опросов, знание основных теоретических источников, степень свободы ориентации в курсе. Знания, полученные обучающимися в магистратуре в ходе лекционных и семинарских занятий, оцениваются по устным ответам на итоговом экзамене.

Критерии оценки знаний на экзамене

Для определения уровня сформированности компетенций предлагаются следующие критерии оценки:

«*неудовлетворительно*» – студент не усвоил основной теоретический материал и необходимые умения и навыки по практическому вопросу;

«*удовлетворительно*» – ответ отражает содержание практического задания и теоретического материала по двум вопросам, но не в полном объеме, имеет неточности и ошибки, студент отвечает на наводящие вопросы преподавателя;

«*хорошо*» – ответ полно, логично, обоснованно отражает содержание практического задания и двух теоретических вопросов, но имеются отдельные недочеты, несущественные ошибки, студент умеет четко и по существу ответить на вопросы преподавателя;

«*отлично*» – ответ полно, логично, обоснованно отражает содержание практического задания и двух теоретических вопросов, студент умеет четко и по существу ответить на вопросы преподавателя.

Учебно-методическое и информационное обеспечение курса

Основная литература

1. Барышева А.В. Инновации. - СПб.: Лань, 2012. - 384 с.
2. Латыпов, И. А. Методология формирования инновационной культуры: учеб.-метод. пособие. Ижевск: Удмурт. ун-т, 2011. – 32 с. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/7809>.
3. Латыпов И. А., Соколова О.П., Обидина Е.Ю. и др. Проблема трансформации социальных коммуникаций в современной цивилизации: Монография/ Ред. Латыпов И.А. Ижевск, 2014. 256 с.
4. Латыпов И. А., Обидина Е. Ю., Соколова О. П. и др. Социально-коммуникативные технологии формирования информационного общества в Удмуртии/ ред. Латыпов И.А. Ижевск, 2015. - 214 с.
5. Черемных В.Ю. ТРИЗ-педагогика как инновационная технология развития творческой личности - <http://triz-istok.ru/sborniki/sbornik-2005-teori/triz-pedagogika-kak-innovacionnaya-technologiya-razvitiya-tvorcheskoj-lichnosti.html> (07.12.2013).
6. Латыпов И. А. Институционализация инновационного проекта по созданию базы для исследований социально-коммуникативных технологий информационного общества в Удмуртии // Материалы II Международной научно-практической конференции «Международное сотрудничество: интеграция образовательных пространств» (17-19 ноября 2011 г.). Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. С. 486-490.

Электронные книги

1. Баранчеев В.П. Управление инновациями. Учебник для вузов. - СПб.: Лань, 2011. - 711 с.
2. Барышева А.В. Инновации. - СПб.: Лань, 2012. - 384 с.
3. Кожухар В.М. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. - СПб.: Лань, 2011. - 292 с.
4. Специфика научной и инновационной деятельности: учеб.-метод. пособие/ сост. А. И. Карманчиков. - Ижевск, 2010. - Электрон. ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/6295>.

5. Латыпов И. А. Электронный практикум по курсу «Методология формирования инновационной культуры». URL: <http://e-learning.udsu.ru/course/view.php?id=203>

Дополнительная литература

1. Балдин К.В. Инвестиции в инновации. - СПб.: Лань, 2012. 238 с.
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации.
3. Долгин А. Б. Экономика символического обмена. М.: Инфра-М, 2006. 632 с.
4. Зенин И.А. Право интеллектуальной собственности. Учебник для вузов. - СПб.: Лань, 2011. - 567 с.
5. Инновационный менеджмент// Бовин А.А., Чередникова Л.Е. Интеллектуальная собственность: экономический аспект. М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2001. С.7-32.
6. Кожухар В.М. Инновационный менеджмент: Практикум. - СПб.: Лань, 2010. - 200 с.
7. Латыпов И.А. Инновационная теория полисубъектной социальности в связях с общественностью: гетерологические аспекты// Тезисы докладов теоретического семинара «Инновационная деятельность в условиях глобализации»/ Отв. Ред. В.А. Журавлев, С.С. Савинский, И.А. Латыпов. Ижевск: НИЦ «РХД», ИКИ, 2006. С. 94-96.
8. Латыпов, И.А. Методологическая дилемма в исследованиях информационного общества // Вестник Российского философского общества. - 2006. - № 1. - С. С. 137-140. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/4826>.
9. Латыпов, И. А. Методология сравнительного анализа экологической информации / И. А. Латыпов, Д. Кайел // Социальная теория и проблемы информационного общества: материалы I Междунар. симп., 30-31 окт. 2009 г., Ижевск / науч. ред. Г. В. Мерзлякова; Рос. филос. об-во; отв. ред.: С. Ф. Бородулина; ГОУВПО "УдГУ", Ин-т соц. коммуникаций; отв. ред.: И. А. Латыпов; ред. Г. И. Старкова. - Ижевск: Изд-во Удмурт. ун-т, 2009. - Режим доступа: <http://sioi.conf.udsu.ru/>. - С. 227-230. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/4515>.
10. Латыпов И.А. Социально-философские аспекты невещественной собственности в информационном обществе. Ижевск: КнигоГрад, 2008. – 315 с.

11. Латыпов И. А. Философия интеллектуальной собственности в рекламе: Учебно-методическое пособие. Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. 36 с.
12. Латыпов И. А. Social-philosophical aspects of moral rights involved in copyright: Учебно-методическое пособие. Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. 28 с. – Для преподавания на английском языке.
13. Латыпов И.А. Проблемы внедрения инноваций в условиях формирования информационного общества в России// Современные социально-политические технологии в инновационных процессах: всерос. науч.-практ. конф. 25 апр. 2006 г.: сб. науч. статей. - Ижевск, 2006. - С. 257-261.
14. Латыпов И.А. Российские социальные инновации в глобальном информационном обществе// Международная научная конференция «75 лет высшему образованию в Удмуртии»: материалы конф. – Ижевск, 2006. Ч. 1. Гуманитарные науки. - С. 64.
15. Латыпов И.А. Собственность на информацию как социально-философская проблема. Ижевск, 2007. 228 с.
16. Латыпов, И. А. Методология инновационной деятельности в условиях глобализации / И. А. Латыпов // Вестник Российского философского общества. - 2006. - № 4. - С. 40-41. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/4828>.
17. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего. М., 2005. 496с.
18. Наука и технология: учеб.-метод. комплекс для спец. 021500 "Издат. дело и редактирование" очной формы обучения, квалификация "Специалист по книжному делу"/ авт.-сост. И.А. Латыпов. - Ижевск, 2008. - 25 с. - Электрон. ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/2741>.
19. Социальная толерантность и межкультурные коммуникации/ Редакционная коллегия: Грызлов А.А., Родионов Б.А., Латыпов И.А. (научный редактор), Мерзлякова Г.В. (ответственный редактор). Ижевск: Издательский дом «Удмуртский университет», 2003. 184 с.
20. Тезисы докладов теоретического семинара "Инновационная деятельность в условиях глобализации", 12 сентября 2006 г. / УдГУ; отв. ред.: В. А. Журавлёв; С. С. Савинский; И. А. Латыпов. - Ижевск, 2006. - 112 с.
21. Традиции и новации как проблема. Традиции и новации как ресурс и резерв развития социально-культурного сервиса и туризма в России// Между прошлым и будущим: социальные отношения,

ценности и институты в изменяющейся России: VIII международная научно-практическая конференция: в 2 т. Екатеринбург, 17-18 мая 2005 г. Т. 1. С. 451-543.

22. Latypov I.A., Oksanen Markku. Finnish and Russian philosophical analysis of Intellectual Property in the Informational Activity// II International Conference "International Cooperation: Integration of Educational Areas". Udmurt State University. Izhevsk (Russia), 2011. P. 515-520// Материалы II Международной научно-практической конференции «Международное сотрудничество: интеграция образовательных пространств» (17-19 ноября 2011 г.). Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. С. 515-520.

23. Latypov I.A., Prahlad S. R. Moral rights involved in copyright: philosophical aspects// Материалы 1-го международного симпозиума «Социальная теория и проблемы информационного общества» 30-31 октября 2009 года. Ижевск, 2009. С. 179-182.

Периодические издания

1. Арнаутов С.А., Кобрянский В.М. Влияние новых информационных технологий на процессы фундаментальных научных исследований // Информационное общество. 2001, № 4. С. 54-57.
2. Интервью с Председателем Комитета Гос. Думы РФ К.В. Ветровым «Законодательные приоритеты информационной экономики» // Информационное общество. 2001, №4. С. 24-25.
3. Каратанов В.В., Козлов Д.Ю., Левин В.К., Платонов И.Д. Тенденции развития проблематики специализированных компьютерных систем. Феноменологические аспекты// Информационное общество. 2001, № 4. С. 59-68.
4. Латыпов И.А. Инновации в образовательных технологиях информационного общества// Удмуртский университет. Ижевск. № 2 (92), 22 февраля 2007. С. 5.
5. Латыпов И. А. Философские аспекты информационного капитала в современном обществе // Личность. Культура. Общество. - 2008. - Т. 10, вып. 2. - С. 255-261.
6. Мешков А.А. Основные направления исследования инновации в американской социологии//Социологические исследования. 1996. №5. С. 127.
7. Основные направления нормативного правового обеспечения информационной безопасности Российской Федерации// Информационное общество. 2001, № 4. С. 4-10.

Интернет-ресурсы

1. Вестник кибернетики. [Электронный ресурс] / Режим доступа: [href=http://www.ipdn.ru/](http://www.ipdn.ru/) – Загл. с экрана. 2014.
2. Вестник Удмуртского университета: электронный научный журнал. [Электронный ресурс]. 2016 / Режим доступа: [href=http://www.vestnik.udsu.ru](http://www.vestnik.udsu.ru) – Загл. с экрана.
3. Информационные процессы: электронный научный журнал. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.jip.ru>. – Загл. с экрана. 2015.
4. Исследовано в России: электронный многопредметный научный журнал. [Электронный ресурс]. 2014 / Режим доступа: <http://zhurnal.apc.relarn.ru> . – Загл. с экрана.
5. Никишин Н.А., Лебедев А.В. Информационный менеджмент как технология организации музейной деятельности. URL: <http://future.museum.ru/part01/0101.htm>
6. Общественные предпосылки становления информационного общества в России: Отчет о социологическом исследовании / РИО-Центр, 2003. URL: <http://www.riocenter.ru/otchet.zip>
7. Системное управление. Проблемы и решения: электронный научно-информационный журнал. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.supir.ru>– Загл. с экрана. 2014.
8. Современные проблемы науки и образования: электронное научное издание (журнал). [Электронный ресурс]. 2014 / Режим доступа: <http://www.science-education.ru/> . – Загл. с экрана.
9. <http://www.altshuller.ru> (07.12.2013).

Электронно-библиотечные системы (ЭБС)

1. Национальная библиотека Удмуртской Республики: <http://unatlib.org.ru/>
2. Научная библиотека УдГУ: <http://lib.udsu.ru/>
3. Российская государственная библиотека (РГБ): <http://rsl.ru>
4. Русский гуманитарный интернет университет: <http://www.i-u.ru/biblio>
5. Электронная образовательная библиотека IQlib. - Б.г. - Доступ к данным: открытый. - Режим доступа: <http://www.iqlib.ru/>

“European experience of innovative culture: communicative aspects” Course

Prof. in charge – Latypov I.A.

Description

DRAFT SYLLABUS

Course description & objectives

The course is suited to teach theoretical issues of development of creative activity in Europe and some practical sequences of it. The objective of this course is to introduce students to the basic communicative principles of European experience of innovative culture, a new interdisciplinary field, which promotes a better understanding of institutions, processes, policies, and systems, involved in development of creative activity in Europe. It focuses in particular on the different aspects of influence of the innovative culture, and the transformation of the scientific communications pertaining to it. It compares both the social and the individual creative potential for innovations facing the authors of it.

The course is based on the methodological principle of interactivity.

Teaching methods involve traditional lectures, problem solving seminars and other interactive sessions. All students are required to do substantial compulsory reading before each seminar. Teaching methods will involve also the fieldtrip to the Business-incubator in Udmurtia for discussion with representatives on issues of the innovative culture.

STRUCTURE

The course (28 hours) is divided into two parts.

The first part of course (7 hours of lectures + 7 hours of seminars = 14 hours) contains 7 classes. Each class session is divided into two parts. The first part of the class will be a lecture: short explanation of topicality of the main problem of lecture, a plan, definitions of the main notions (terms), list of main sources. Then we shall continue with an extensive (detailed) discussion of the main problem. And then summary of lecture follows. Then practical part follows (seminar). And then we shall continue with a class discussion of the readings, lectures, and current events, analysing and discussing case studies from an innovative perspective. As necessary, we will also utilize audio-visual resources and PowerPoint Presentations to further our understanding of the material.

The second part of course (14 hours of seminars) contains 7 classes. Each class session is divided into two parts. The first part of the class will be a discussion of home task. Then we shall continue with a class discussion of the readings and current events. Audio-visual resources and PowerPoint Presentations may be used by students to further our understanding of the material. The students' progress is assessed during the courses.

COURSE OUTLINE

- I. Introduction.
- II. Historical development of innovative Culture In Europe: English, French, Italian, German, Austrian, and Scandinavian experience.
- III. European experience of analysis of innovative culture: communicative aspects.
- IV. Theory of Inventive Problem Solving in the innovative activity.
- V. European experience of innovative educational technologies.
- VI. The main trends of the development of the European Union of knowledge.
- VII. The main trends of the development of the European innovative culture: communicative aspects.

TEACHING STYLE DESCRIPTIONS

The teaching style may be understood as a set of 3 aspects.

1st, some exposure to an area of the EICIPRC project specialization ought to be a required part of every college and university curriculum. So students must understand importance of the module.

A 2nd aspect of the teaching relates to the multidisciplinary synergies and synergistic relationship between teaching and research. Learning is enhanced if students are exposed to the latest scholarly research, if they come to see knowledge acquisition as an on-going process, and if they witness the excitement of knowledge discovery. Prof. Latypov constantly stresses the relevance of the subject matter, and use real world examples to illustrate the practical application of the information and skills learned in class.

A 3rd aspect of the teaching philosophy is to encourage critical thinking, innovative problem-solving, practical application of theory, and tolerance of diverse ideas and cultures from an international perspective.

Internet Research Presentation

Students should present several Internet research presentation focusing on European experience of innovative culture. The source can come from any major domestic or foreign periodical available on the Internet. Students are required to respond to their classmates' questions about presentation.

The participation is meant as the contribution of each student to the ongoing class discussion or question and answer period. In this context, Students may present their opinion, explanation, or relevant comments about the issue at hand. However, simply asking a question does not constitute participation.

Students will assume an interactive role in the seminar. Their rating will grow because of active participation in the seminar (reading assignments, short presentations of articles and ideas, group discussions), and preparing the texts and background information for the roundtable debates at the end of semester.

In any class size, the one way for a student to gain recognition from the instructor is to meaningfully contribute to the class discussion.

The course will encourage students to look for inspiring European examples of innovative decisions. By analyzing and discussing case studies from an innovative perspective with teachers and classmates, students will explore how one can be an effective innovator, assess their own innovative skills and gain a better understanding of decision-making processes and discuss what is happening in European innovations today. The course offers a unique learning experience giving students the opportunity to interact and to find information from different fields of innovative activity.

The main impact is development of students' innovative awareness and personal creativity through the European concept of innovative culture.

It is Interdisciplinary course for lecturers of UdSU (as students of professional development courses in UdSU), Master degree students of Udmurt State University (UdSU), Master degree students from different Academies and universities in Izhevsk (as students of professional development courses in UdSU), who do not normally come into contact with EU Studies. Our professional development courses (for lecturers of UdSU) are part of Life-long learning program at UdSU.

**МАТЕРИАЛЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Европейский и отечественный опыт исследования
интеллектуальной собственности в коммуникативной
деятельности»**

в рамках

МОДУЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
*«Европейский опыт инновационной культуры
и отношений интеллектуальной собственности:
коммуникативные аспекты»*

Разработчик курса – д.ф.н. Латыпов И.А.

Цель и задачи освоения дисциплины

Курс «Европейский и отечественный опыт исследования интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности» предназначен обучающимся в магистратуре. Цель курса – сформировать у студентов понимание основных аспектов появления, становления и перспектив развития отношений интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- 1) в процессе прочтения курса ознакомить обучающихся в магистратуре с общими характеристиками развития содержания понятий собственности в современном обществе,
- 2) выявить проблемы интеллектуальной собственности в современном обществе,
- 3) рассмотреть основные вопросы интеллектуальной собственности в рекламе и связях с общественностью,
- 4) дать общие характеристики перспектив развития интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности.

В соответствии с настоящими указаниями обучающиеся в магистратуре должны изучить необходимую литературу, принять активное участие в семинарских занятиях и, как итог самостоятельной работы, сдать экзамен.

После изучения теоретических разделов курса и прохождения практикума, в объеме рабочей программы, обучающиеся в магистратуре должны

Знать:

- об основных направлениях развития интеллектуальной собственности, о месте и значении анализа интеллектуальной собственности в комплексе наук о медиакоммуникациях в рекламной и ПР-деятельности,
- о различных аспектах владения, пользования и распоряжения интеллектуальной собственностью в области организации медиакоммуникациях в рекламной и ПР-деятельности;
- основные закономерности отношений интеллектуальной собственности в информационном обществе,

- механизмы и принципы формирования организационной структуры в обмене интеллектуальной собственности в медиакоммуникациях, рекламе и ПР,

- общие характеристики отношений интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности в рекламе и ПР.

Должны уметь:

- делать обобщения в анализе проблем обмена интеллектуальной собственности,

- пользоваться источниками по проблемам интеллектуальной собственности в рекламе и ПР,

- формулировать проблемы отношений интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности.

Должны владеть опытом:

- использования различных теорий для анализа отношений интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности,

- ведения полемики по данной проблеме в пределах основных вопросов курса.

Принципы построения курса

Курс входит в число междисциплинарных предметов на стыке общественных, гуманитарных и естественнонаучных дисциплин. Проведение лекционных и семинарских занятий по данному предмету адресовано обучающимся в магистратуре ИСК УдГУ. Спецкурс готовит к анализу основных направлений формирования и развития интеллектуальной собственности, в том числе в сфере управления коммуникативной деятельностью.

Ядро курса составляют темы «Европейский опыт развития современного содержания понятия интеллектуальной собственности», «Социальные качества интеллектуальной собственности в РФ. Субъекты и объекты интеллектуальной собственности», «Значение авторских и смежных прав в коммуникативной деятельности в РФ», «Значение фирменных наименований, товарных знаков и знаков обслуживания в РФ», «Перспективы развития интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности в Европе и РФ».

Для успешного изучения курса обучающимся в магистратуре необходимо: знать общие характеристики интеллектуальной

собственности, владеть основными понятиями курса, понимать специфику анализа данной проблемы в российском обществе и в Евросоюзе, а также перспективы в данной сфере. Обучающиеся в магистратуре должны уметь: ориентироваться в современной литературе по данной теме, полемизировать по данной проблеме в пределах основных вопросов курса.

Наряду с лекционными занятиями курс имеет практическую часть в виде семинарских занятий в соответствии с программой. Технология обучения ориентирована на формирование базовых навыков и умений в области анализа интеллектуальной собственности.

Программа курса построена линейно.

В курсе выделено несколько разделов / тем:

- «Европейский опыт развития современного содержания понятия интеллектуальной собственности»,
- «Социальные качества интеллектуальной собственности в РФ. Субъекты и объекты интеллектуальной собственности»,
- «Значение авторских и смежных прав в коммуникативной деятельности в РФ»,
- «Значение фирменных наименований, товарных знаков и знаков обслуживания в РФ»,
- «Перспективы развития интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности в Европе и РФ».

Курс имеет практическую часть в виде семинарских занятий.

Объем дисциплины

Объем контактной работы обучающихся с преподавателем составляет 28 академических часов, в том числе лекции – 7 часов, практические – 21 час. Объем самостоятельной работы составляет 87 часов, итоговый контроль – экзамен.

Содержание дисциплины

Содержание курса лекционных занятий

ТЕМА 1. Европейский опыт развития современного содержания понятия интеллектуальной собственности

Актуальность исследований интеллектуальной собственности в рекламной деятельности. Предмет, цель и задачи курса. Постановка проблемы. Обзор литературы по курсу. Теоретические и методологические основы. Научно-практическое значение исследований интеллектуальной собственности.

История интеллектуальной собственности в Европе.

Понятие собственности на информацию в современном обществе. Трактовка интеллектуальной собственности как вида собственности на информацию. Понятие служебной и коммерческой информации. Различные виды интеллектуальной собственности как виды собственности на информацию.

Основные понятия: собственность на информацию, интеллектуальная собственность.

ТЕМА 2. Социальные качества интеллектуальной собственности в РФ. Субъекты и объекты интеллектуальной собственности

Номинальное определение понятия интеллектуальной собственности. Развитие классических представлений об интеллектуальной собственности. Переход от номинальной дефиниции к реальному определению понятия интеллектуальной собственности.

Специфика отношений интеллектуальной собственности в России. Четвертая часть Гражданского кодекса Российской Федерации.

Понятие субъекта интеллектуальной собственности. Виды индивидуальных и коллективных субъектов интеллектуальной собственности. Интеллектуалы как субъекты интеллектуальной собственности.

Понятие объекта интеллектуальной собственности. Отрасли права интеллектуальной собственности. Виды объектов интеллектуальной собственности. Know-how и секреты производства.

Качественные характеристики интеллектуальной собственности. Негативные и позитивные социальные качества интеллектуальной собственности.

Основные понятия: служебная информация, коммерческая тайна, субъект интеллектуальной собственности, интеллектуал, объект интеллектуальной собственности.

ТЕМА 3. Значение авторских и смежных прав в коммуникативной деятельности в Европе и РФ

Понятие авторского права. История развития авторского права в Европе. Интеллектуальная собственность как интеллектуальное продолжение личности автора. Авторитет и приоритет. Copyright. Система источников авторского права.

Понятие и признаки объекта авторского права в РФ. Произведения, не охраняемые авторским правом. Виды объектов авторского права. Круг охраняемых законом произведений. Произведения оригинальные и производные. Служебные и неслужебные произведения. Знак охраны объектов авторского права. Авторское право юридических лиц. Соавторство и его виды, условия возникновения соавторства. Осуществление авторских прав на коллективной основе. Правопреемники авторских прав.

Право авторства. Право на авторское имя. Право на воспроизведение объектов авторского права. Право на распространение произведения. Право на перевод и право на переработку произведения. Свободное использование произведений. Срок действия авторского права.

Понятие смежных прав интеллектуальной собственности. Объекты смежных прав. Субъекты смежных прав. Понятие креативности. Понятие рекламной информации.

Сфера коммуникативной деятельности в современном обществе. Возрастание значения производства рекламной информации. Основные тенденции в защите интеллектуальных прав разработчиков рекламной информации. Авторские и смежные права разработчиков рекламной продукции. Коммерческая тайна.

Основные понятия: авторское право, автор, субъекты авторских прав, смежные права, субъекты смежных прав, объекты авторских и смежных прав.

ТЕМА 4. Значение фирменных наименований, товарных знаков и знаков обслуживания в коммуникативной деятельности в РФ

Права на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий.

Права на фирменные наименования.

Права на товарные знаки. Права на знаки обслуживания.

Права на наименования мест происхождения товаров.

Права на коммерческие обозначения.

Значение прав на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий в коммуникативной деятельности.

Основные понятия: фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания.

ТЕМА 5. Перспективы развития интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности в Европе и РФ

Проблемы интеллектуальной собственности в Интернет-рекламе. Соотношение информационного, интеллектуального и социального капитала.

Постинформационное общество как перспектива развития информационного общества. Основные тенденции развития интеллектуальной собственности в постинформационном обществе. Перспективы развития технологий подачи рекламной информации и PR-материалов.

Перспективы развития коммуникативной деятельности в постинформационном обществе и интеллектуальные права их разработчиков.

Основные понятия: информационный капитал, интеллектуальный капитал, постинформационное общество, интеллектуальные права.

План практических занятий

Семинарские занятия призваны обратить внимание студентов на связь теоретических исследований истории права интеллектуальной собственности в Европе и РФ с проблемой интеллектуальной собственности в медиакommunikациях в рекламе и PR.

Поэтому нормой ответа является изложение материала по следующему плану:

1. Характеристика исторических условий развития права интеллектуальной собственности.
2. Особенности интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности.
3. Значение интеллектуальной собственности для коммуникативной деятельности.

Для эффективной подготовки к семинарскому занятию студенту необходимо усвоить не только лекционный курс, материал рекомендуемой литературы, но также просмотреть сетевые ресурсы по интеллектуальной собственности. Это даст возможность усвоить терминологию и понятийный аппарат наглядно.

Перед выступлением преподаватель ставит задачу, вычленяет круг вопросов для последующего обсуждения. Обобщения и выводы делаются сообща (совместно). Эта форма позволяет выработать у студента навыки исследовательской работы, научного подхода в изучении темы.

ТЕМА 1. Европейский опыт развития современного содержания понятия интеллектуальной собственности

1. Понятие интеллекта.
2. История интеллектуальной собственности в Европе.
3. Соотношение интеллектуальной собственности и собственности на информацию в современном обществе.

Методические рекомендации

Древнейший период предьстории интеллектуальной собственности представить достаточно сложно, и, тем не менее, необходимо показать достаточно многообразные проявления споров по поводу того, что со временем стало относиться к интеллектуальной собственности. В ходе изучения данной темы студент должен понять процесс зарождения и формирования права интеллектуальной собственности.

При разборе данной темы студент должен четко выделить, какие этапы в своем развитии прошло право интеллектуальной собственности. В данном разделе студент должен ясно усвоить, что классические представления об интеллектуальной собственности

формировались в течение длительного исторического периода, в современном же обществе осуществляется их пересмотр.

Литература к теме 1

1. Зенин И.А. Право интеллектуальной собственности. Учебник для вузов. - СПб. : Лань, 2011. - 567 с. - ISBN 978-5-9916-1127-5
2. Латыпов, И.А. Социально-философские аспекты невещественной собственности в информационном обществе. Ижевск: КнигоГрад, 2008. - 315 с. - ISBN 978-5-9631-0040-0.
3. Латыпов, И. А. Философия интеллектуальной собственности в рекламе : учеб.-метод. пособие. Ижевск: Удмурт. ун-т, 2011. - 32 с. + Электрон. ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/7810>
4. Латыпов, И. А. Философские аспекты закрепления результатов инновационной деятельности в объектах интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] = Philosophical aspects of fixation of innovational results in objects of intellectual property // Философия в современном мире: диалог мировоззрений: материалы VI Рос.филос. конгр. (Н. Новгород, 27-30 июня 2012 г.). - Н. Новгород: Изд-во Нижегород. госун-та им. Н. И. Лобачевского, 2012. - Т. 1. - С. 200. - + Электрон.ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/9438>.
5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие. - СПб.: Лань, 2011. - 336 с. - ISBN 978-5-394-00783-5

ТЕМА 2. Социальные качества интеллектуальной собственности в РФ. Субъекты и объекты интеллектуальной собственности

1. Реальное определение и качественные характеристики интеллектуальной собственности.
2. Негативные и позитивные социальные качества интеллектуальной собственности в РФ.
3. Понятие субъекта интеллектуальной собственности.
4. Виды субъектов интеллектуальной собственности.
5. Понятие объекта интеллектуальной собственности.
6. Виды объектов интеллектуальной собственности.

Методические рекомендации

В данном разделе студент должен ясно усвоить, что собой представляет понятие субъекта интеллектуальной собственности и многообразие видов таких субъектов, понятие объекта

интеллектуальной собственности и специфику различных видов ее объектов.

Литература к теме 2

1. Зенин И.А. Право интеллектуальной собственности. Учебник для вузов. - СПб.: Лань, 2011. - 567 с. - ISBN 978-5-9916-1127-5
2. Латыпов И.А. Социально-философские аспекты невещественной собственности в информационном обществе. Ижевск: КнигоГрад, 2008. - 315 с. - ISBN 978-5-9631-0040-0.
3. Латыпов И. А. Философия интеллектуальной собственности в рекламе: учеб.-метод. пособие. - Ижевск: Удмурт. ун-т, 2011. - 32с. + Электрон. ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/7810>
4. Латыпов, И. А. Философские аспекты закрепления результатов инновационной деятельности в объектах интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] = Philosophical aspects of fixation of innovational results in objects of intellectual property // Философия в современном мире: диалог мировоззрений: материалы VI Рос.филос. конгр. (Н. Новгород, 27-30 июня 2012 г.). - Н. Новгород: Изд-во Нижегород. госун-та им. Н. И. Лобачевского, 2012. - Т. 1. - С. 200. - + Электрон.ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/9438>.
5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие. - СПб.: Лань, 2011. - 336 с. - ISBN 978-5-394-00783-5

ТЕМА 3. Значение авторских и смежных прав в рекламной деятельности в Европе и РФ

1. История развития авторского права в Европе и в РФ.
2. Субъекты авторского права в РФ.
3. Имущественные и неимущественные права авторов в РФ.
4. Понятие и признаки объекта авторского права в РФ.
5. Понятие креативности.
6. Авторские и смежные права разработчиков рекламной продукции.
7. Коммерческая тайна.

Методические рекомендации

При разборе данной темы студент должен четко выделить, какие этапы в своем развитии прошло авторское право и смежные права. Кроме того, в данном разделе студент должен ясно усвоить, что собой представляет понятие имущественных и

неимущественных прав авторов, понятие и признаки объекта авторского права; авторские и смежные права разработчиков рекламной продукции, а также коммерческая тайна.

Литература к теме 3

1. Зенин И.А. Право интеллектуальной собственности. Учебник для вузов. - СПб.: Лань, 2011. - 567 с. - ISBN 978-5-9916-1127-5
2. Латыпов И.А. Социально-философские аспекты невещественной собственности в информационном обществе. Ижевск: КнигоГрад, 2008. - 315 с. - ISBN 978-5-9631-0040-0.
3. Латыпов И. А. Философия интеллектуальной собственности в рекламе: учеб.-метод. пособие. - Ижевск: Удмурт. ун-т, 2011. - 32с. + Электрон. ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/7810>
4. Латыпов, И. А. Философские аспекты закрепления результатов инновационной деятельности в объектах интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] = Philosophical aspects of fixation of innovational results in objects of intellectual property // Философия в современном мире: диалог мировоззрений: материалы VI Рос.филос. конгр. (Н. Новгород, 27-30 июня 2012 г.). - Н. Новгород: Изд-во Нижегород. госун-та им. Н. И. Лобачевского, 2012. - Т. 1. - С. 200. - + Электрон.ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/9438>.
5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие. - СПб.: Лань, 2011. - 336 с. - ISBN 978-5-394-00783-5

ТЕМА 4. Значение фирменных наименований, товарных знаков и знаков обслуживания в коммуникативной деятельности в РФ

1. Права на фирменные наименования.
2. Права на товарные знаки в коммуникативной деятельности.
3. Права на знаки обслуживания в коммуникативной деятельности.
4. Права на наименования мест происхождения товаров.
5. Права на коммерческие обозначения.
6. Значение прав на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий в коммуникативной деятельности.

Методические рекомендации

Студент должен четко уяснить значение фирменных наименований, товарных знаков и знаков обслуживания. Что

относится к праву на фирменные наименования, на товарные знаки и на знаки обслуживания?

Литература к теме 4

1. Зенин И.А. Право интеллектуальной собственности. Учебник для вузов. - СПб.: Лань, 2011. - 567 с. - ISBN 978-5-9916-1127-5
2. Латыпов И.А. Социально-философские аспекты неимущественной собственности в информационном обществе. Ижевск: КнигоГрад, 2008. - 315 с. - ISBN 978-5-9631-0040-0.
3. Латыпов И. А. Философия интеллектуальной собственности в рекламе: учеб.-метод. пособие. - Ижевск: Удмурт. ун-т, 2011. - 32с. + Электрон. ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/7810>
4. Латыпов, И. А. Философские аспекты закрепления результатов инновационной деятельности в объектах интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] = Philosophical aspects of fixation of innovational results in objects of intellectual property // Философия в современном мире: диалог мировоззрений: материалы VI Рос.филос. конгр. (Н. Новгород, 27-30 июня 2012 г.). - Н. Новгород: Изд-во Нижегород. госун-та им. Н. И. Лобачевского, 2012. - Т. 1. - С. 200. - Электрон.ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/9438>.
5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие. - СПб.: Лань, 2011. - 336 с. - ISBN 978-5-394-00783-5

ТЕМА 5. Перспективы развития интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности в Европе и РФ

1. Проблемы интеллектуальной собственности в Интернет-рекламе в Европе и РФ.
2. Соотношение информационного, интеллектуального и социального капитала.
3. Перспективы развития технологий подачи рекламной информации в Европе и РФ.
4. Интеллектуальные права разработчиков в постинформационном обществе.

Методические рекомендации

Студент должен получить представление об основных проблемах интеллектуальной собственности в Интернет-рекламе, четко уяснить соотношение информационного, интеллектуального и социального капитала, перспективы развития технологий подачи

рекламной информации, значение интеллектуальных прав разработчиков коммуникативной деятельности в постинформационном обществе. Семинарское занятие по данной теме проводится в виде выступлений – докладов, подготовленных индивидуально каждым студентом по предложенным темам.

Перед выступлением преподаватель ставит задачу, вычленяет круг вопросов для последующего обсуждения. Обобщения и выводы делаются сообща (совместно). Эта форма позволяет выработать у студента навыки исследовательской работы, научного подхода в изучении темы.

Литература к теме 5

1. Зенин И.А. Право интеллектуальной собственности. Учебник для вузов. - СПб.: Лань, 2011. - 567 с. - ISBN 978-5-9916-1127-5
2. Латыпов И.А. Социально-философские аспекты неимущественной собственности в информационном обществе. Ижевск: КнигоГрад, 2008. - 315 с. - ISBN 978-5-9631-0040-0.
3. Латыпов И. А. Философия интеллектуальной собственности в рекламе : учеб.-метод. пособие. - Ижевск: Удмурт. ун-т, 2011. - 32с. + Электрон. ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/7810>
4. Латыпов, И. А. Философские аспекты закрепления результатов инновационной деятельности в объектах интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] = Philosophical aspects of fixation of innovational results in objects of intellectual property // Философия в современном мире: диалог мировоззрений: материалы VI Рос.филос. конгр. (Н. Новгород, 27-30 июня 2012 г.). - Н. Новгород: Изд-во Нижегород. госун-та им. Н. И. Лобачевского, 2012. - Т. 1. - С. 200. - + Электрон.ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/9438>.
5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие. - СПб.: Лань, 2011. - 336 с. - ISBN 978-5-394-00783-5

Контролирующие материалы

Задания для самостоятельной работы

- Подготовка докладов и рефератов по темам семинаров.
Отчетность: открытая защита на соответствующих семинарах.

- Составление логической схемы базы знаний по различным темам курса.
Отчетность: дискуссионное обсуждение на семинарах.
- Анализ Интернет-ресурсов.
Отчетность: дискуссионное обсуждение на семинарах.
- Обзор статей по различным темам курса.
Отчетность: дискуссионное обсуждение на семинарах.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Специфика служебных произведений в коммуникативной деятельности.
2. Методы развития интеллектуального потенциала разработчиков.
3. Секреты производства информации.
4. Права лиц, изображения которых используются для создания информации.
5. Интеллектуальные права копирайтеров.
6. Права интеллектуальной собственности в рекламном дизайне.
7. Проблема прав интеллектуальной собственности на оригинальные базы данных, необходимые для коммуникативной деятельности.
8. Авторские права композиторов саундтреков для рекламных роликов.
9. Возможности и способы защиты прав авторов на идеи в коммуникативной деятельности.
10. Многообразие нарушений прав интеллектуальной собственности в коммуникативной деятельности.
11. Соглашения о конфиденциальности.

Тематика реферативных работ

1. Интеллектуальный капитал в коммуникативной деятельности в Европе и РФ.
2. Соотношение производства рекламной информации и сферы информационных услуг на современном этапе.
3. Функции информационных структур в производстве рекламной информации.
4. Перспективы производства рекламной информации в постинформационном обществе.

5. Сетевые СМИ в коммуникативной деятельности в Европе и РФ.
6. Рекламные аспекты развития социальных сетей.
7. Роль интеллектуальной собственности в Интернет-рекламе в Европе и РФ.
8. Информационная культура коммуникативной деятельности в современных условиях.
9. Роль информационных технологий в коммуникативной деятельности.

Форма контроля работ: открытая защита.

Вопросы к экзамену по курсу

1. Формирование и развитие классических представлений об интеллектуальной собственности в Европе.
2. Дефиниция интеллектуальной собственности в Европе и РФ.
3. Соотношение интеллектуальной собственности и собственности на информацию.
4. Негативные и позитивные социальные качества интеллектуальной собственности.
5. Понятие субъекта интеллектуальной собственности.
6. Виды субъектов интеллектуальной собственности.
7. Понятие объекта интеллектуальной собственности.
8. Виды объектов интеллектуальной собственности.
9. Know-how.
10. Понятие авторского права в Европе и РФ.
11. Объекты смежных прав в Европе и РФ.
12. Понятие служебной информации и коммерческой тайны.
13. Авторские и смежные права разработчиков рекламной продукции.
14. Права на фирменные наименования.
15. Права на товарные знаки.
16. Права на знаки обслуживания.
17. Права на наименования мест происхождения товаров.
18. Права на коммерческие обозначения.
19. Общие проблемы интеллектуальной собственности в коммуникационной деятельности.
20. Понятие рекламной информации.
21. Понятие креативности.

22. Проблемы интеллектуальной собственности в Интернет-рекламе.
23. Перспективы развития отношений интеллектуальной собственности.
24. Основные тенденции развития интеллектуальной собственности в постинформационном обществе.
25. Интеллектуальные права разработчиков коммуникативной деятельности в РФ.

Учебно-методическое и информационное обеспечение курса

Основная литература

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации. Часть четвертая.
2. Зенин И.А. Право интеллектуальной собственности. Учебник для вузов. - СПб.: Лань, 2011. - 567 с. - ISBN 978-5-9916-1127-5
3. Латыпов И.А. Философия интеллектуальной собственности в рекламе: учеб.-метод. пособие. Ижевск: Удмурт. ун-т, 2011. 32с. + Электрон.ресурс. - Режим доступа :<http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/7810>
4. Латыпов И. А. Философские аспекты закрепления результатов инновационной деятельности в объектах интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] = Philosophical aspects of fixation of innovational results in objects of intellectual property// Философия в современном мире: диалог мировоззрений: материалы VI Рос.филос. конгр. (Н. Новгород, 27-30 июня 2012 г.). - Н. Новгород: Изд-во Нижегород. госун-та им. Н. И. Лобачевского, 2012. - Т. 1. - С. 200. - + Электрон.ресурс. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/9438>.
5. Латыпов И. А., Соколова О.П., Обидина Е.Ю. и др. Социально-коммуникативные технологии формирования информационного общества в Удмуртии/ ред. Латыпов И.А. Ижевск, 2015. - 214 с. ISBN 978-5-4312-0349-7.
6. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие. - СПб.: Лань, 2011. - 336 с. - ISBN 978-5-394-00783-5

Дополнительная литература

1. Годин А.А. Интернет-реклама: Учебное пособие. - СПб.: Лань, 2010. - 168 с. - ISBN 978-5-394-00465-0

2. Латыпов И. А. Личные неимущественные права авторов: социально-философские аспекты // Наука. Философия. Общество: материалы V Рос.филос. конгр. - Новосибирск: Параллель, 2009. - Т. II. - С. 459-460. - Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/4431>
3. Латыпов И.А. Собственность на информацию как социально-философская проблема : спец. 09.00.11 - Соц. философия : автореф. дис. на соиск. учен.степ. д-ра филос. наук / И. А. Латыпов; науч. рук. В. Е. Кемеров. - Екатеринбург, 2009. – 38с.
4. Латыпов И.А. Социально-философские аспекты невещественной собственности в информационном обществе. - Ижевск: КнигоГрад, 2008. - 315 с. - ISBN 978-5-9631-0040-0.
5. Латыпов И.А. Философские аспекты информационного капитала в современном обществе // Личность. Культура. Общество. - 2008. - Т. 10, вып. 2. - С. 255-261.
6. Рассолов И.М. Информационное право. Учебник для вузов. - СПб.: Лань, 2011. - 440 с. - ISBN 978-5-9916-1002-5

Список периодических изданий

1. Алексеева И.Ю. Проблемы интеллектуального суверенитета в информационном обществе // Информационное общество. 2001, № 2. С. 5-10.
2. Интервью с Председателем Комитета Государственной Думы РФ К.В. Ветровым «Законодательные приоритеты информационной экономики» // Информационное общество. 2001, №4. С. 24-25.
3. Основные направления нормативного правового обеспечения информационной безопасности Российской Федерации// Информационное общество. 2001, № 4. С. 4-10.
4. Хургин В.М. Право на доступ к информации, или как (и чем) бороться с бюрократом// Информационное общество. 2001, №4. С.35-43.

Список интернет-ресурсов и

Электронно-библиотечных систем (ЭБС)

1. Информационные процессы: электронный научный журнал. URL: <http://www.jip.ru>
2. Электронная библиотека научной библиотеки Удмуртского госуниверситета. – Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru>.
3. Электронная библиотечная система «Лань». – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>
4. Электронно-библиотечная система.-Режим доступа: <http://ibooks.ru/>

**“European and homeland experience of Intellectual Property:
communicative aspects” Course
Prof. in charge – Latypov I.A.**

Description

DRAFT SYLLABUS

Course description & objectives

The course is suited to teach communicative issues of European and homeland development of creative activity in Intellectual Property and some practical sequences of it. The course covers history of Intellectual Property (IP), especially in England and France, types of IP and IP-issues in media communications (EU media). The objective of this course is to introduce students to the basic principles of European and homeland experience of Intellectual Property (communicative aspects), a new interdisciplinary field, which promotes a better understanding of institutions, processes, policies, and systems, involved in this sphere. It focuses in particular on the different aspects of the transformation of the scientific communications pertaining to IP. It compares both the social and the individual creative potential for innovations facing the authors of IP.

The course is based on the methodological principle of interactivity. Teaching methods involve traditional lectures, problem solving seminars and other interactive sessions. All students are required to do substantial compulsory reading before each seminar. Teaching methods will involve also the fieldtrip to the Business-incubator in Udmurtia for discussion with representatives on the issues of IP.

STRUCTURE

The course (28 hours) is divided into two parts.

The first part of course (7 hours of lectures + 7 hours of seminars = 14 hours) contains 7 classes. Each class session is divided into two parts. The first part of the class will be a lecture: short explanation of topicality of the main problem of lecture, a plan, definitions of the main notions (terms), list of main sources. Then we shall continue with an extensive (detailed) discussion of the main problem. And then summary of lecture follows. Then practical part follows (seminar). And then we shall continue with a class discussion of the readings, lectures, and current events, analysing and discussing case studies from an innovative perspective. As necessary, we will also utilize audio-visual resources

and PowerPoint Presentations to further our understanding of the material.

The second part of course (14 hours of seminars) contains 7 classes. Each class session is divided into two parts. The first part of the class will be a discussion of home task. Then we shall continue with a class discussion of the readings and current events. Audio-visual resources and PowerPoint Presentations may be used by students to further our understanding of the material. The students' progress is assessed during the courses.

COURSE OUTLINE

I. Introduction.

II. Historical development of Patent and Copyright laws in Europe: English, French, Italian, German, and Scandinavian experience of Intellectual Property relations.

III. Historical development of Intellectual Property in Russia.

IV. The role of copyright and neighbouring related rights: communicative aspects;

V. The role of brands: communicative aspects;

VI. Analysis of Intellectual Property in communicative activity in European Union.

VII. Comparative analysis of European and Russian experience of analysis of Intellectual Property in communicative activity.

TEACHING STYLE DESCRIPTIONS

The teaching style may be understood as a set of three aspects.

First, some exposure to an area of the EICIPRC project specialization ought to be a required part of every college and university curriculum. So students must understand importance of the module.

A second aspect of the teaching relates to the multidisciplinary synergies and synergistic relationship between teaching and research. Learning is enhanced if students are exposed to the latest scholarly research, if they come to see knowledge acquisition as an on-going process, and if they witness the excitement of knowledge discovery. Prof. Latypov constantly stresses the relevance of the subject matter, and use real world examples to illustrate the practical application of the information and skills learned in class.

A third aspect of the teaching philosophy is to encourage critical thinking, innovative problem-solving, practical application of theory,

and tolerance of diverse ideas and cultures from an international perspective.

Internet Research Presentation

Students should present several Internet research presentation focusing on focusing on European experience of Intellectual Property in communicative activity. The source can come from any major domestic or foreign periodical available on the Internet. Students are required to respond to their classmates' questions about presentation.

Students will assume an interactive role in the seminar. Their rating will grow because of active participation in the seminar (reading assignments, short presentations of articles and ideas, group discussions), and preparing the texts and background information for the roundtable debates at the end of semester.

In any class size, the one way for a student to gain recognition from the instructor is to meaningfully contribute to the class discussion. The course will encourage students to look for inspiring European examples of IP in communicative activity. By analyzing and discussing case studies from this perspective with teachers and classmates, students will explore how one can effectively communicate at the sphere of IP discussions, and discuss what is happening with European experience of analysis of Intellectual Property in communicative activity.

The main impact is development of students' social intellect and personal innovative awareness through the European experience of Intellectual Property in communicative activity.

It is Interdisciplinary course for lecturers of UdSU (as students of professional development courses in UdSU), Master degree students of Udmurt State University (UdSU), Master degree students from different Academies and universities in Izhevsk (as students of professional development courses in UdSU), who do not normally come into contact with EU Studies. Our professional development courses (for lecturers of UdSU) are part of Life-long learning program at UdSU.

**МАТЕРИАЛЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Иновационные англоязычные СМИ в Евросоюзе:
роль и функции»**

в рамках

**МОДУЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
*«Европейский опыт инновационной культуры
и отношений интеллектуальной собственности:
коммуникативные аспекты»***

Разработчик курса – к.и.н., доцент кафедры издательского дела
и книговедения Меншатова Ольга Викторовна

Цель и задачи освоения дисциплины

Курс «Инновационные англоязычные СМИ в Евросоюзе: роль и функции» является частью образовательного проекта «Европейский опыт инновационной культуры и отношений интеллектуальной собственности: коммуникативные аспекты», разработан и реализуется в рамках грантовой программы «Jean Monnet Modules». Курс адресован студентам магистратуры направлений подготовки, осуществляющихся в институте социальных коммуникаций.

Целью изучения курса является формирование у студентов представления о системе СМИ европейских стран, специфике и роли англоязычных СМИ в современном европейском информационном пространстве.

Задачи курса:

- дать характеристику системы современных СМИ стран Евросоюза;
- определить инновационные процессы в сфере СМИ;
- изучить опыт работы ведущих европейских СМИ и помочь ориентироваться в основных тенденциях развития медиаотрасли.

В результате успешного освоения данного учебного курса у студентов должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне;
- способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность.

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- состояние рынка европейских СМИ, основные принципы и характерные особенности СМИ стран Евросоюза и тенденции развития медиаотрасли;
- функции и роль СМИ в современном европейском информационном пространстве.

Уметь:

- ориентироваться в исторических аспектах развития европейских средств массовой информации;
- ориентироваться в пространстве современных медиакommunikациях;
- критически оценивать и анализировать особенности различных СМИ;
- выявлять тенденции в сфере медиакommunikаций и учитывать их в принятии решений;
- выявлять проблемы в сфере СМИ;
- использовать знания о специфике системы СМИ в сфере рекламы и связей с общественностью;
- оценивать перспективы адаптации тех или иных зарубежных трендов к российской действительности.

Владеть:

- методикой анализа системы СМИ.

Структура курса и его объем

Объем контактной работы обучающихся с преподавателем составляет 28 академических часов, из которых 7 часов – лекционные занятия, 21 час – практические; зачёт.

Объем самостоятельной работы составляет 42 часа.

Учебно-тематический план курса

Название разделов и тем	Количество аудиторных часов	
	лекция	семинар
Тема 1. Мировые тенденции развития СМИ	2	–
Тема 2. Типология СМИ	2	–
Тема 3. Информационная интеграция европейских стран	–	2
Тема 4. Система СМИ европейских стран	–	2

Тема 5. Опыт работы ведущих СМИ Великобритании	–	2
Тема 6. Медиаполитика	1	1
Тема 7. Саморегулирование СМИ	–	2
Тема 8. Информационная безопасность	2	2
Тема 9. Англоязычные СМИ России за рубежом и англоязычные СМИ в России	–	2
Тема 10. СМИ и инновации	–	4
Тема 11. Перспективы развития СМИ	–	2
Тема 12. Статус англоязычных СМИ в странах ЕС	–	2

Содержание дисциплины

ТЕМА 1. Мировые тенденции развития СМИ (лекция)

Тенденции развития средств массовой информации во многом обусловлены особенностями развития общества. В последние десятилетия XX века мир вступил в эпоху глобализации, процессы которой легли в основу новых политических, экономических и культурных отношений между странами и народами. Понятие глобализации проецируют на различные сферы жизнедеятельности, прежде всего, на экономику и политику. Но основой интеграционных процессов служит *информационная глобализация* – формирование и развитие единого информационного пространства под воздействием коммуникационных технологий.

В результате появляется возможность мгновенного донесения информации до значительной части аудитории, независимо от места положения. Данное явление связано с совершенствованием технических средств распространения информации – с развитием сначала спутникового телевидения, а затем Интернета и цифровых способов передачи информации.

С одной стороны, СМИ – это сфера, которая сама подвержена глобализации, а с другой – они выступают основными движущими силами глобализации («агентами глобализации») в других сферах. Именно средства массовой информации предоставляют доступ к глобальному информационному потоку.

Следствием глобализации является дальнейшая *концентрация* и *монополизация* СМИ. В основе данных явлений лежит стремление существенно повысить конкурентоспособность бизнеса.

Коммерциализация СМИ – следующая тенденция, под которой понимаются структурные и содержательные перемены в медийной сфере, порождённые воздействием рыночных факторов. Эти перемены проявляются в ориентации СМИ на коммерческий успех. Развиваются процессы *таблоидизации* и *инфотейнмента* средств массовой информации.

Для современного медиарынка характерны также следующие явления, повлиявшие на глобализацию СМИ:

Дигитализация – это перевод всех СМИ в цифровую форму.

Конвергенция – распространение одного и того же содержательного продукта по разным каналам разными средствами.

Мультимедийность – объединение различных способов отражения информации: графики, текста, аудиовизуальных материалов, мультипликации и т. п. Важная составляющая мультимедийного информационного продукта – *интерактивность*, под которой понимается процесс вовлечения в производство массовых информационных продуктов тех, кому эти продукты предназначены. Интерактивность – сотворчество. В результате появляется такое явление, как «гражданская» или «народная» журналистика, то есть деятельность не профессиональных авторов, осуществляемая в Интернете – в блогах, социальных сетях, посредством микроблогинга, а также на сервисах традиционных средств массовой информации.

Следующая тенденция – сочетание глобализации с региональным интересом, то есть *глокализация* (glocalization) – приспособление глобального продукта к локальным рынкам для повышения спроса на него.

Данные тенденции определяют развитие СМИ в мире на современном этапе.

ТЕМА 2. Типология СМИ (лекция)

Типологическая характеристика СМИ — их классификация по общности каких-либо признаков. Типологический подход помогает изучать сложную систему СМИ, её трансформацию. Типология помогает понять место изданий, радио-, телевизионных каналов в системе СМИ, способствует их взаимодействию, развитию здоровой конкуренции, высвечивает место СМИ в рамках географического, информационного, экономического, социального пространства.

Типология определяет особенности деятельности редакции, взаимоотношений с политическими структурами, экономическими институтами, аудиторией. Параметры типологизации, то есть признаки, которые учитываются при типологической характеристике, могут быть различны. Как правило, за основу принимаются следующие: форма распространения (носитель), регион распространения, форма собственности, аудитория, время выхода, периодичность, формат.

Эпоха глобализации, высокая конкуренция, развитие информационных технологий привели к изменениям в типологии СМИ. Например, происходит унификация признаков качественной и массовой прессы, сближение общественного телевидения с коммерческим в плане качества содержания передач.

ТЕМА 3. Информационная интеграция европейских стран (семинар)

Вопросы, выносимые на семинарское занятие:

1. Генезис понятия «единое информационное пространство».
2. Европейский вещательный союз.
3. Европейская Конвенция «О трансграничном телевидении» и принятая в рамках неё Директива «Телевидение без границ».

4. Euronews как реализация проекта «телевидения ЕС».

Методические рекомендации

Смысл Европейского союза заключается в постепенном упразднении границ между национальными государствами. Ключевую роль в этом играет информационная интеграция.

При подготовке к семинарскому занятию необходимо определить понятие «единое информационное пространство» и его критерии, выявить проблемы формирования и развития единого информационного пространства на примере образования ЕС.

Первым общеевропейским учреждением стал созданный в 1950 году Европейский вещательный союз (ЕВС). Обращаясь к данному вопросу, необходимо выявить цели и задачи, которые стояли при основании Европейского вещательного союза, и определить, как они трансформировались к сегодняшнему дню, какую роль играет ЕВС в европейском информационном пространстве.

При рассмотрении Европейской Конвенции «О трансграничном телевидении» и принятой в рамках неё Директивы «Телевидение без границ» нужно определить основные положения данных документов. При этом особое внимание следует обратить, каким образом создаются условия для информационной интеграции, создания единого медиапространства ЕС, формирования европейской идентичности и в то же время проявляется протекционизм по отношению к собственному культурному наследию.

В начале 1990-х годов обозначались основные проблемы формирующегося европейского информационного пространства – отсутствие адекватных источников информации о деятельности ЕС и отсутствие общеевропейских СМИ. В результате появился панъевропейский телеканал «Евроньюс» (Euronews). Студентам необходимо осветить следующие аспекты: задачи телеканала Euronews, принципы его работы, особенности формата, финансирование, взаимоотношения с властными структурами.

В целом опыт Европейского союза демонстрирует, как можно сохранить своеобразие национального информационного пространства отдельных стран в условиях глобализации.

Литература:

1. Курешева Ю. В. Принципы и стратегии информационной политики ЕС // Вестник Санкт-Петербургского университета, 2007. – Сер. 9. – Вып. 4., Ч. II. – 256–259. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-i-strategii-informatsionnoy-politiki-es>
2. Организация работы европейского информационного канала Euronews. – Режим доступа: <http://www.loctier.com/organizaciya-raboty-euronews/>
3. Euronews: телевизионный канал. Официальный сайт: <http://www.euronews.com/>
4. EBU: Европейский вещательный союз. Официальный сайт: <https://www.ebu.ch/>
5. Европейская конвенция о трансграничном телевидении: документ. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901739192>
6. Глобальная журналистика: западноевропейский сегмент / под ред. А. С. Пую. – СПб., 2010.
7. Современная зарубежная журналистика: глокализация в практике западноевропейских СМИ / Под ред. А. С. Пую. – СПб., 2010.

ТЕМА 4. Система СМИ европейских стран (семинар)

К обсуждению предлагаются следующие вопросы:

1. Развитие системы СМИ Германии.
2. Система СМИ Франции.
3. Система СМИ Италии.
4. СМИ Скандинавских стран.
5. Развитие системы СМИ Восточной Европы.

Методические рекомендации

При подготовке к семинарскому занятию необходимо выявить особенности СМИ в отмеченных странах и регионах, осветить современное их развитие, выделить важнейшие издания, издательские группы и принципы их деятельности. Например, издательские дома и концерны Германии – «Аксель Шпрингер Ферлаг» («Axel Springer Verlag AG»), «Генрих Бауэр Ферлаг» («Heinrich Bauer-Verlag»), «Хуберт Бурда Медиа» («Hubert Burda Media»), монополистические издательские группы Франции – Группа АШЕТТ, Группа Р. ЭРСАНА, Группа ЭКСПАНСЬОН. Также необходимо проследить развитие телерадиовещания в странах ЕС, определив сложившиеся формы вещания.

Использование типологических характеристик СМИ, рассмотренных на лекции ранее, позволит провести более полный анализ системы СМИ стран Европейского союза. Схема анализа отдельных изданий, радио- и телеканалов представлена в Контролирующих материалах.

Литература:

1. Быков А. Ю. История зарубежной журналистики: учебник. – М.: Юрайт, 2017. – 366 с. – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/book/FE0B1826-61FF-4867-832C-75B567CFEAB6>.
2. Вороненкова Г. Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие средств массовой информации Германии. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011.
3. Луцикова В. Г. Современные СМИ в условиях информационной и культурной глобализации// История. Международные отношения = International relations: альманах науч. работ студентов и аспирантов / УдГУ. – Ижевск: Удмурт. ун-т, 2009. – Вып. 4. – С. 15–25.
4. Захарова М. В., Гладкова А. А., Киселева Е. Б. Ежедневная пресса Великобритании, Нидерландов и Франции в доцифровую эпоху и в эпоху дигитализации: сравнительный анализ// Актуальные проблемы медиаисследований-2017: сборник материалов VI междунар. научно-практ. конф. – М., 2017. – С. 77–80. – Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/downloads/Материалы%20конференции%20НАММИ.pdf>
5. Медиакоммуникации в современном мире: материалы Всерос. научно-практ. конференции. – Мурманск: Изд-во МАГУ, 2016. – 209 с.
6. Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 319 с.
7. Орехова О. Е. Печатные СМИ Германии в условиях социально расколотого общества. – М.: МГИМО-Университет, 2008. – 158 с.
8. Майн Г. Средства массовой информации в Федеративной Республике Германии. – Констанц: Изд-во Ферлагсгезельшафт МБХ, 1998.
9. Шарончикова Л. В. Пресса Франции в условиях финансово-экономического кризиса// Медиаскоп. – № 3. – 2010. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/пресса-франции-в-условиях-финансово-экономического-кризиса-2008-г>
10. Бодрунова С.С. Зарубежная журналистика в XXI веке: Италия. – М., 2010.
11. Быкова А.С. Массмедиа стран – членов Европейского Союза. СПб., 2004.

ТЕМА 5. Опыт работы ведущих СМИ Великобритании (семинар)

К обсуждению предлагаются следующие вопросы:

1. Характеристика печати Великобритании.

2. Радиовещание Великобритании.

3. Концепции и принципы общественного телевидения Великобритании.

4. Коммерческое ТВ в Великобритании.

Методические рекомендации

Обращение к теме средств массовой информации Великобритании в ситуации начавшегося выхода данной страны из ЕС обусловлено тем, что Британия для всего мира является своего рода классиком прессы, оказавшей влияние на облик и специфику печати других стран и в целом становление современной системы СМИ. И сегодня СМИ Великобритании остаются одними из самых влиятельных в мире.

Характеризуя британскую прессу, необходимо использовать типологические параметры и рассматривать её по таким категориям, как национальная и региональная; качественная и массовая; ежедневная и воскресная. В рамках вопроса студент определяет тенденции развития и изменения периодической печати под влиянием процессов глобализации, Интернета, изучает модели деятельности ведущих изданий (The Guardian, The Times, The Independent и др.) и их роль на европейском медиарынке.

При рассмотрении функционирования радиовещания в Великобритании следует осветить следующие аспекты: структура радиовещания, становление местного радиовещания и развитие коммерческого радио, основные радиоконпании.

Одним из ярких примеров общественного телерадиовещания является компания BBC. Анализ деятельности BBC позволит в целом выявить критерии общественного СМИ, его отличия от коммерческого и государственного. Также в рамках данной темы интерес представляет изучение деятельности общественного телевидения в России (телеканал ОТР).

Литература:

1. Захарова М. В., Гладкова А. А., Киселева Е. Б. Ежедневная пресса Великобритании, Нидерландов и Франции в доцифровую эпоху и в эпоху

дигитализации: сравнительный анализ// Актуальные проблемы медиаисследований-2017: сборник материалов VI междунар. научно-практ. конф. – М., 2017. – С. 77–80. – Режим доступа: [http://www.journ.msu.ru/downloads/Материалы %20конферен-ции%20НАММИ.pdf](http://www.journ.msu.ru/downloads/Материалы%20конферен-ции%20НАММИ.pdf)

2. Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 319 с.

3. Пустовалов А. В. Пресса Великобритании: между «бумажным» прошлым и цифровым будущим // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2013. – Вып. 3. – С. 191–205.

4. British Broadcasting Corporation (BBC): Британская общенациональная общественная телерадиовещательная организация. Официальный сайт: <http://www.bbc.com>

ТЕМА 6. Медиapolитика (лекция, семинар)

В основе понятия *медиаполитика* лежит трактовка Д. МакКуэйла, британского исследователя массовой коммуникации, который определял её как «политические, законодательные, экономические, а также культурные рамки, в которых регулируется деятельность СМИ в обществе».

Медиаполитика сегодня – это сложный комплекс мер, с одной стороны – предпринимаемых государством для обеспечения принципов свободы слова, выражения мнения, защиты прав граждан, а с другой – имеющий саморегулирующий характер, связанный с деятельностью самих редакций и журналистов по определению профессиональных требований в виде профессиональных стандартов, этических кодексов и правил поведения. Государственная политика в области СМИ, по мнению международных и европейских организаций, должна содействовать развитию независимых и плюралистических СМИ, обеспечивая тем самым осуществление права населения получать информацию из разнообразных источников.

Для этого Совет Европы рекомендует государствам-членам иметь такое законодательство, которое ограничивает концентрацию СМИ, а также вводить любые иные дополнительные правовые механизмы для развития плюрализма массовой информации, например, направленные на укрепление общественного вещания как противовеса концентрации сектора частных СМИ.

В каждой стране существует национальная политика в отношении СМИ. Это связано с тем, что отношения в сфере массовой информации – это не просто бизнес, но деятельность, которая способствует информированию и культурному обогащению общества. Частью государственной политики в европейских странах является государственная поддержка СМИ. Хотя право Европейского союза рассматривает государственную поддержку как явление несовместимое с принципами свободы конкуренции, для СМИ существует исключение. Такая экономическая поддержка допускается Договором ЕС в целях «развития культуры и сохранения наследия».

На семинарское занятие выносятся обсуждение вопросов, связанных с реализацией государственной политики в области СМИ и государственной поддержкой СМИ в странах Евросоюза. При подготовке к занятию рекомендуется рассмотреть законодательные акты и иные документы в отношении СМИ не менее чем в двух странах ЕС и провести сравнительный анализ, выявляя наличие или отсутствие специальных законов о печати или СМИ, меры, обеспечивающие гарантии свободы печати, цели государственной поддержки, её мероприятия и финансовый объём.

Литература:

1. Рихтер А. Г. Международные стандарты и зарубежная практика регулирования журналистики: учеб. пособие. Издание ЮНЕСКО. М., 2011.
2. Бодрунова С. С. Медиакратия: СМИ и власть в современных демократических обществах: диск. на соиск. учен. степ. докт. полит. наук. СПб., 2015. - Режим доступа: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1426005221_4067.pdf
3. Зеркаль Д. А. Средства массовой информации как инструмент государственной информационной политики: модели взаимодействия власти и СМИ // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения РАН. – Екатеринбург, 2016. – С. 94–104.
4. Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 319 с.
5. Гетманец А. Г. Зарубежный опыт государственного регулирования в сфере телевидения и радиовещания// Вестник государственного и муниципального управления, 2013. – № 4. – С. 178–185.

6. Варганова Е. Л. Медиаполитика в контексте научных исследований СМИ: российские и зарубежные векторы// Медиаскоп, 2015. – № 2. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1744>

7. Законы и практика СМИ в одиннадцати демократиях мира (сравнительный анализ) / науч. ред. М. А. Федотов и др. – М., 1998.

ТЕМА 7. Саморегулирование СМИ (семинар)

К обсуждению предлагаются следующие вопросы:

1. Саморегулирование и сорегулирование.
2. Ofcom – как пример регулирующего органа британского телерадиовещания.
3. Деятельность советов по прессе в странах ЕС.
4. Институт омбудсмена.

Методические рекомендации

При подготовке к семинарскому занятию необходимо выявить различия между такими понятиями, как саморегулирование и сорегулирование, определить позицию в отношении них европейских государственных органов.

Также необходимо посмотреть типологию советов по прессе, их состав, обязанности, особенности функционирования в разных странах ЕС, определить задачи омбудсмена и принципы его работы.

По итогам занятия студенты выявляют преимущества и недостатки саморегулирования по сравнению с регулирующей деятельностью государства. Так, одна из точек зрения гласит, что саморегулирование является более эффективным механизмом, чем применение юридически обязательных норм, поскольку законодательной базе часто не хватает гибкости и приспособленности.

Литература:

1. Рихтер А. Г. Международные стандарты и зарубежная практика регулирования журналистики: учеб. пособие. Издание ЮНЕСКО. М., 2011.

2. Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 319 с.

3. Путеводитель по саморегулированию СМИ: Все вопросы и ответы (The Media Self-regulation: Guidebook) – Вена: Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2008. – 113 с. – Режим доступа: <http://www.osce.org/ru/fom/31499>

4. Комиссия по жалобам на прессу (Великобритания). – Режим доступа: <http://www.pcc.org.uk>.

5. Совет по прессе (ФРГ). – Режим доступа: www.presserat.de

ТЕМА 8. Информационная безопасность (лекция)

Стремительное развитие и широкое использование информационно-коммуникационных технологий, в том числе телевидения, Интернет-СМИ, ставших глобальными, в условиях сложной международной обстановки привело к необходимости говорить о таком понятии, как информационная безопасность и в частности – медиабезопасность.

Медиабезопасность – это состояние защищенности каждого индивида от недостоверной или опасной информации, причиняющей вред здоровью человека, его нравственности и личностному развитию.

Но в современном мире одним из ключевых факторов успеха развития страны в условиях глобальной конкуренции признаётся дальнейшее развитие информационно-коммуникационных технологий, а ставка на ограничение масштабов и динамики информатизации в целях обеспечения информационной безопасности считается заведомо проигрышной.

В этой связи представляет интерес опыт Европейского союза. ЕС избрал путь форсированного развития информационного общества как основы социального и экономического прогресса входящих в него стран, и вместе с тем уделяет серьёзное внимание вопросам обеспечения информационной безопасности.

Выработанные в Европейском союзе подходы к обеспечению информационной безопасности, отражающие согласованную волю государств-членов и институтов ЕС, можно рассматривать как европейские рамочные стандарты в данной сфере, которые могут успешно применяться различными странами с учётом их адаптации к особенностям национальных правовых систем и социокультурной специфики.

Для России, избравшей путь форсированного внедрения информационно-коммуникационных технологий как одно из базовых направлений инновационного развития, опыт Европейского союза в сфере обеспечения информационной безопасности представляет интерес, учитывая географическую и

культурную близость стран, а также партнерские отношения России со странами-участниками ЕС.

Программный документ ЕС – *Стратегия «Европа 2020»* (Europe 2020 Strategy). Одними из направлений европейской политики в сфере системы информационной безопасности являются защита пользователей аудиовизуальных медиа от негативного контента и защита интернет-пользователей от контентных и коммуникационных рисков. Мероприятия в данном направлении, прежде всего, реализуются в рамках программы «*Безопасный Интернет*» (Safer Internet Programme).

Литература:

1. Рихтер А. Г. Международные стандарты и зарубежная практика регулирования журналистики: учеб. пособие. Издание ЮНЕСКО. М., 2011.
2. Смирнов А. А. Обеспечение информационной безопасности в условиях виртуализации общества: опыт Европейского союза: монография. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.
3. Программа ЕС Безопасный Интернет. – Режим доступа: <https://ru.eureporter.co/frontpage/2014/02/09/safer-internet-day-lets-create-better-internet-together/>

ТЕМА 8. Информационная безопасность (семинар)

К обсуждению предлагаются следующие вопросы:

1. Медиаобразование (media education): опыт ЕС и становление в России.
2. Принципы профессионально-этического поведения журналиста.
3. Журналистика и общественное мнение (на примере стран Евросоюза).
4. Проблемы социальной ответственности СМИ (на примере стран Евросоюза).

Методические рекомендации

Представленные вопросы являются углублением тем Информационная безопасность и Саморегулирование СМИ.

Медиаобразование рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой информации с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки

медиа-текстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. В последнее время в европейских странах внимание к медиаобразованию усиливается, что объясняется ростом медиапотребления, необходимостью компенсировать последствия манипулятивных медийных воздействий, актуальностью проблем медиабезопасности. Также в рамках данного занятия студентам предлагается сравнить подходы к определению и решению данных проблем в странах ЕС и России.

Вопросы, связанные с профессиональными аспектами деятельности СМИ, направлены на определение роли СМИ в жизни европейского общества и их взаимодействие и взаимоотношения.

Литература:

1. Левицкая А. А., Горбаткова О. И. Медиаобразование в странах Европейского Союза на современном этапе// Медиаобразование. 2014. С. 93-97. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaobrazovanie-v-stranah-evropeyskogo-soyuza-na-sovremennom-etape>

2. Мэйс И. Работа над ошибками: Опыт омбудсмана газеты «Гардиан». – М.: Ин-т проблем информационного права, 2005. 336с.

3. Рихтер А. Г. Международные стандарты и зарубежная практика регулирования журналистики: учеб. пособие. Издание ЮНЕСКО. М., 2011.

ТЕМА 9. Англоязычные СМИ России за рубежом и англоязычные СМИ в России (семинар)

К обсуждению предлагаются следующие вопросы:

1. Англоязычные СМИ в России.
2. Англоязычные российские СМИ за рубежом.

Методические рекомендации

Данное семинарское занятие направлено на изучение двух аспектов. С одной стороны – на выявление целей и задач деятельности англоязычных средств массовой информации в России, особенности их работы, содержания и представленность на российском информационном рынке (например, «The Moscow Times», «The Moscow News.Net» и другие).

С другой – на определение целей и задач российских СМИ, выходящих за рубежом на английском языке. Рассмотрение деятельности ведущих СМИ: телеканал RT, мультимедийный проект Russia Beyond.

Официальные сайты СМИ:

<https://themoscowtimes.com>

<http://www.moscownews.net>

<https://russian.rt.com>

<https://www.rbth.com>

ТЕМА 10. СМИ и инновации (семинар)

К обсуждению предлагаются следующие вопросы:

1. Трактовка понятия «инновационная журналистика», Innovation Journalism и Innovative Journalism.
2. Коммуникации в инновационной деятельности: основные направления, инструменты.
3. Innovative Journalism: причины появления, признаки, задачи, направления.

Методические рекомендации

В настоящее время стратегическим направлением развития многих стран в первой половине XXI века становится создание инновационной экономики и формирование инновационного общества (например, документы Europe 2020 Flagship Initiative Innovation Union, Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года).

Под инновационным обществом понимается, прежде всего, ориентированность на развитие человеческого капитала, инвестиции в человека, создание благоприятных социальных условий для творческой деятельности по реализации товарных и процессных инноваций.

И в медиасфере появилось новое словосочетание – инновационная журналистика. В английском языке существуют два словосочетания – *Innovation Journalism* и *Innovative Journalism*, которые имеют разную смысловую нагрузку.

При подготовке к семинарскому занятию необходимо выявить различия между понятиями *Innovation journalism* и *Innovative journalism*, причины появления журналистики об инновациях, её задачи. Раскрыть основные направления и инструменты коммуникаций в области инноваций и главные аудитории, на которые они направлены. Определить, в чём проявляются инновации в самой журналистике (*Innovations in Journalism*) и влияние их на функционирование СМИ.

Литература:

1. Дзялошинский И. Инновационная журналистика. Модное словосочетание, или путь развития СМИ // ТелеЦентр, 2007. – № 1 (март).
2. Лапшов А. Б., Кузнецов Е. Б. Коммуникации в сфере инноваций. К вопросу концептуализации мировой и российской практики// Медиаскоп, 2011. № 1. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/719>
3. Innovation Communication: Ключ инновационного прорыва. – Режим доступа: [http://innovation.jinr.ru/imgs-docs/Book% 20Innovation%20Communication. pdf](http://innovation.jinr.ru/imgs-docs/Book%20Innovation%20Communication.pdf)

ТЕМА 10. СМИ и инновации (семинар)

Второе семинарское занятие по данной теме посвящено рассмотрению инноваций в работе СМИ, то есть такому направлению, как *innovative journalism*.

Методические рекомендации

Для раскрытия темы студенты анализируют внедрение новых технологий в деятельность конкретных средств массовой информации. По результатам занятия студентам необходимо определить инновационные направления развития медиаотрасли.

В качестве одного из источников информации по теме рекомендуется издание *Accent* – онлайн-журнал о digital-медиа, журналистике и дизайне (<https://accent.setka.io/ru/newsroom/>). В рубрике *Newsroom* публикуется серия материалов о внутренних процессах, происходящих в конкретных онлайн-изданиях (интервью с издателями, редакторами, журналистами, дизайнерами), о том, как работают медиа будущего, какие новые должности появляются в редакциях, какие изменения происходят в организации взаимодействия с аудиторией и т. п.

В рамках данного семинарского занятия студенты также работают с кейсом «Новые форматы работы современных СМИ на примере “De Correspondent”», представленном в Контролирующих материалах.

Литература:

1. Печатные СМИ: тенденции и инновации // Университетская книга. 2013. – март. – Режим доступа: <http://www.unkniga.ru/innovation/print/1143-pechatnye-smi.html>
2. Мартынов Д. В., Оськин А. В. Интернет и пресса. – М.: Собеседник, 2010.

3. Шестёркина Л. П., Лободенко Л. К. Коммуникационная конвергенция журналистики, рекламы и PR // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2013. – № 3. – С. 31–36.

4. Эвено П. Как цифровые инновации отразились на СМИ? // ИноСМИ. – март. – 2013. – Режим доступа: <http://inosmi.ru/world/20130325/207341016.html>

5. Борисова С. Г., Бирюков В. А. Инновации в СМИ // ИЦРОН. – М.: Московский политехнич. унив., 2014. – Режим доступа: <http://izron.ru/articles/o-nekotorykh-voprosakh-i-problemakh-ekonomiki-i-menedzhmenta-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezh/sektsiya/innovatsii-v-smi/>

ТЕМА 11. Перспективы развития СМИ (семинар)

Семинарское занятие по данной теме предполагает выявление перспективных направлений развития средств массовой информации и их оценку, обозначение проблем и потерявших актуальность трендов.

При подготовке к семинару рекомендуется изучить мнения экспертов в области медиа: издателей, журналистов, редакторов, блогеров, полиграфистов, учёных, отмечая оптимистичность и пессимистичность прогнозов экспертов.

По итогам занятия студенты составляют прогноз будущего средств массовой информации в целом и отдельно по видам СМИ.

Литература:

1. Мельник Г. С. Перспективы медиа в пространстве Интернета // Журналистский ежегодник. – 2013. – № 1–2. – С.10–12.

2. Печатные СМИ: тенденции и инновации // Университетская книга. – 2013. – март. – Режим доступа: <http://www.unkniga.ru/innovation/print/1143-pechatnye-smi.html>

3. Перспективы развития СМИ // Профессионалы.ru – деловая социальная сеть. – Режим доступа: https://professionali.ru/Soobschestva/smi/perspektivy_razvitiya_smi/

4. Что ждет печатную прессу: мнение экспертов // Sostav.ru. – 2016. – апрель. – Режим доступа: <http://www.sostav.ru/publication/chto-zhdet-pechatnuyu-pressu-mnenie-ekspertov-22083.html>

ТЕМА 12. Статус англоязычных СМИ в странах ЕС (семинар)

Данную тему можно рассматривать с разных точек зрения:

- значение англоязычных СМИ в разных регионах Европы – участниках ЕС (например, страны Скандинавии, страны Восточной Европы);

- влияние BBC на аудиторию стран ЕС;

- ситуация с Brexit;

- статус английского языка в Европе.

При подготовке к семинарскому занятию рекомендуется посмотреть обсуждение темы ВКонтакте в группе «Иноватика+IPR: опыт ЕС и РФ»: https://vk.com/topic-142707215_36228868 и дать свой комментарий.

Литература:

1. English Speaking Countries In Europe // Worldatlas. – Режим доступа: <https://www.worldatlas.com/articles/the-students-learning-english-in-europe.html>

2. English In Europe. – Режим доступа: http://www.springer.com/cda/content/document/cda_down

3. Regional and minority languages in the European Union // Members' Research Service. European Union, 2016. – Режим доступа: <http://www.europarl.europa.eu/EPRS/EPRS-Briefing-589794-Regional-minority-languages-EU-FINAL.pdf>

4. Jörg Witt English as a Global language: the Case of the European Union. – Режим доступа: http://webdoc.sub.gwdg.de/edoc/ia/eese/artic20/witte/6_2000.html

5. Sarolta S. F. The Function Of The English Language In The European Union // European Integration Studies, Miskolc, Volume 2. Number 2. (2003) pp. 53–64. – Режим доступа: <http://www.uni-miskolc.hu/uni/res/kozlemenyek/2003-2/pdf/sarolta.pdf>

6. Смирнова М. В. Социокультурные характеристики англоязычного влияния в европейском лингвокультурном контексте: дис. на соиск. ст. канд. филос. наук. – М., 2001.

Контролирующие материалы

Оценка качества освоения дисциплины включает текущий контроль и промежуточную аттестацию обучающихся.

Текущий контроль проводится в форме консультирования, собеседования, обсуждения результатов семинаров и самостоятельной работы, тестирования.

Примерный перечень тестовых вопросов

1. Конвергенция – это:
 - а) перевод всех СМИ в цифровую форму;
 - б) распространение одного и того же содержательного продукта по разным каналам, разными средствами;
 - в) процесс вовлечения в производство массовых информационных продуктов тех, кому эти продукты предназначаются.
2. Причины появления такого явления, как глокализация:
 - а) необходимость приспособлять глобальный продукт к региональным рынкам для повышения спроса на него;
 - б) необходимость формирования и развития единого информационного пространства.
3. С какого года ведет свою историю Британская вещательная корпорация:
 - а) с 1922
 - б) с 1934
 - в) с 1936
 - г) с 1940
4. Что отличает качественную прессу Великобритании (выберите нужные варианты)
 - а) университетский язык
 - б) аналитические комментарии
 - в) криминальная хроника
 - г) частная жизнь знаменитостей
5. Какие взгляды выражает французская газета «Лё Монд»:
 - а) леволлиберальные
 - б) праволлиберальные
 - в) коммунистические
 - г) леворадикальные
6. Какие из перечисленных британских газет относятся к категории массовой прессы:
 - а) Пипл
 - б) Таймс
 - в) Дейли телеграф
 - г) Дейли миррор
7. 80 процентов тиражей всех ежедневных и воскресных газет, издаваемых в Германии, принадлежит концерну:
 - а) Бертельсман
 - б) Шпрингер
 - в) Вестдойче альгемайне цайтунг
 - г) Бауэр
8. Первые электронные версии немецких газет появились в:

- знакомство с новыми тенденциями развития медиаиндустрии;
- обсуждение возможных перспектив внедрения новых инструментов взаимодействия с аудиторией;
- обсуждение возможности применения зарубежного опыта российскими СМИ.

Работа с кейсом направлена на выработку собственной позиции относительно перспектив и последствий нововведений.

Сюжет. De Correspondent — голландское диджитал-медиа, запущенное в 2013 году.

Команда и редакционные процессы. У каждого корреспондента имеется своя тема, например, изменение климата — и в её пределах он может писать всё, что посчитает необходимым. Нет традиционной газетной структуры, когда редактор говорит: «Вы должны осветить вот это и это событие». Каждый автор следует собственной повестке дня.

Обычно корреспонденты обсуждают с главным редактором, что они хотят исследовать в следующем году, а затем делятся своими идеями с читателями, чтобы те могли помочь журналистам в их исследованиях. Написание одной истории требует от трёх недель до месяца, и корреспонденты делятся обновлениями с подписчиками. Все журналисты пишут еженедельную рассылку о проведенном исследовании, так что если читателя интересуют конкретный автор или какая-то конкретная тема, он может получить последние обновления.

Также в редакции есть команда из двух дизайнеров и двух разработчиков, которые с самого начала думают о том, как донести предложенный сюжет визуально, помогают по-новому рассказывать истории и взаимодействовать с читателями. В редакции существует «День разработчика»: каждую пятницу программисты решают проблемы журналистов.

Бизнес-модель. «Главная проблема журналистики заключается в том, что она зависит от рекламодателей. Если они являются вашими основными «акционерами», вы должны думать об их потребностях, а не о потребностях читателей. Это бессмысленно, потому что задача журналистики — информировать граждан наилучшим образом, и, значит, вы служите не той группе людей. Мы должны были убедиться, что наши читатели — наши

единственные акционеры. Именно поэтому мы выбрали такую модель, как подписка. Мы сформулировали наши принципы, опубликовали их онлайн и сказали: «Если 15 000 человек готовы платить 60 евро в год, то мы сможем начать это дело». Мы организовали краудфандинг-кампанию и к нашему изумлению всего за восемь дней достигли цели. Веб-сайт мы запустили в сентябре 2013 года и с первого дня работы не опубликовали ни одного рекламного материала. При этом число наших подписчиков за несколько лет выросло до 56 000».

Команда, которая занимается развитием, привлекает новую аудиторию и совершенствует планы подписки. Для этого уделяется много внимания страницам корреспондентов. «Мы считаем, что каждый автор должен наращивать собственную аудиторию. Наш редактор по вовлечению аудитории обсуждает с корреспондентами, как развивать свой персональный бренд, как улучшить посты и как продвигать материалы на Facebook».

«У нас также есть общая страница на Facebook и общая рассылка, и именно благодаря им мы можем привлечь много читателей. Когда кто-то пишет хороший пост на своей странице, мы делимся им на главной. Несколько отдельных страниц Facebook работают более эффективно, чем одна. По нашему мнению, большинство СМИ публикуют слишком много материалов в социальных сетях. Мы стараемся ограничиться тремя постами в день — это повышает вовлеченность подписчиков и охват аудитории».

Вопросы для обсуждения:

1. Новые принципы работы издания De Correspondent.
2. Особенности взаимоотношений и взаимодействия с аудиторией.
3. Перспективы развития модели издания De Correspondent.
4. Возможное развитие подобной модели в российской действительности.

Задания для самостоятельной работы

1. Глокализация СМИ как общемировой тренд.
2. Опыт взаимодействия молодёжных организаций со СМИ в странах ЕС.

3. Молодёжные СМИ стран ЕС: особенности функционирования.

4. Молодёжь и СМИ в европейских странах.

5. СМИ Евросоюза: инновации и аудитория.

6. Участие СМИ в реализации молодёжной политики в ЕС.

7. Сравнительный анализ государственной политики в отношении СМИ в России и в странах ЕС.

8. Саморегулирование СМИ в России и странах Европейского союза: сравнительный анализ.

9. Англоязычные СМИ в странах ЕС.

10. Успешные медиа-бренды: ключ к успеху.

Вопросы к зачёту по курсу

1. Мировые тенденции развития СМИ.

2. Типология СМИ.

3. Информационная интеграция европейских стран.

4. Телеканал Euronews как реализация проекта «телевидения ЕС».

5. Развитие системы СМИ Германии.

6. Система СМИ Франции.

7. Система СМИ Скандинавских стран.

8. Общественно-правовое и частное радиотелевещание в странах ЕС.

9. Рынок СМИ Великобритании: модель, структура, типология, тенденции развития.

10. Структура радиовещания Великобритании. Становление местного радиовещания, развитие коммерческого радио в Великобритании

11. Концепции и принципы общественного телерадиовещания Великобритании.

12. Роль и статус BBC. Стратегии развития BBC в цифровой среде.

13. Модель коммерческого телевидения Великобритании.

14. Медиаполитика.

15. Саморегулирование СМИ.

16. Информационная безопасность.

17. Медиаобразование (media education) в ЕС и России.

18. Профессиональные аспекты деятельности СМИ.

19. Англоязычные СМИ России за рубежом и англоязычные СМИ в России.
20. СМИ и инновации.
21. Современные тенденции развития и проблемы рынка европейских СМИ.
22. Статус англоязычных СМИ в странах ЕС.

Для определения уровня сформированности компетенций предлагаются следующие критерии оценки:

Оценка «зачтено» ставится в случае, если студент в полной мере, точно, правильно называет основные принципы и характерные особенности СМИ стран Евросоюза и тенденции развития медиаотрасли, определяет функции и роль СМИ в современном европейском информационном пространстве. Демонстрирует умения выделять особенности различных видов СМИ, основные тенденции в сфере медиа и учитывать их в принятии решений, оценивать перспективы адаптации тех или иных зарубежных трендов к российской действительности. Владеет способами анализа системы СМИ. Студент достаточно полно знает учебный материал, усвоил основную литературу, показывает систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценка «не зачтено» ставится в случае, если студент не способен назвать основные принципы и характерные особенности СМИ стран Евросоюза и тенденции развития медиаотрасли, определить функции и роль СМИ в современном европейском информационном пространстве. Не демонстрирует умения выделять особенности различных видов СМИ, основные тенденции в сфере медиа и учитывать их в принятии решений, оценивать перспективы адаптации зарубежных трендов к российской действительности. Не владеет способами анализа системы СМИ. У студента обнаруживаются пробелы в знаниях основного учебного материала.

Учебно-методическое и информационное обеспечение курса

Основная литература

1. Блюмин А. М., Феоктистов Н. А. Мировые информационные ресурсы: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2015. – 680 с.
2. Быков А. Ю. История зарубежной журналистики: учебник. – М.: Юрайт, 2017. – 366 с. – Режим доступа : <http://www.biblio-online.ru/book/ FE0B1826-61FF-4867-832C-75B567CFEAB6>.
3. Быкова А. С. Массмедиа стран – членов Европейского Союза. – СПб., 2004.
4. Мельник Г. С. Перспективы медиа в пространстве Интернета // Журналистский ежегодник. – 2013. – № 1–2. – С.10–12.
5. Печатные СМИ: тенденции и инновации// Университетская книга. – 2013. – март. – Режим доступа: <http://www.unkniga.ru/innovation/print/1143-pechatnye-smi.html>
6. Прутцков Г. В. История зарубежной журналистики. 1929–2011. – М., 2011.
7. Рихтер А. Г. Международные стандарты и зарубежная практика регулирования журналистики: учебное пособие. Издание ЮНЕСКО. – М., 2011.
8. Смирнов А. А. Обеспечение информационной безопасности в условиях виртуализации общества: опыт Европейского союза: монография. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.
9. Средства массовой информации России : учеб. пособие / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2011.

Дополнительная литература

1. Бодрунова С. С. Медиакратия: СМИ и власть в современных демократических обществах: дис. на соиск. учен. степ. докт. полит. наук. – СПб., 2015. – Режим доступа: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1426005221_4067.pdf
2. Борисова С. Г., Бирюков В. А. Инновации в СМИ// ИЦРОН. – М.: Московский политехнич. унив., 2014. – Режим доступа: <http://izron.ru/articles/o-nekotorykh-voprosakh-i-problemakh-ekonomiki-i-menedzhmenta-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezh/sektsiya/innovatsii-v-smi/>
3. Вороненкова Г. Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное

своеобразие средств массовой информации Германии. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011.

4. Глобальная журналистика: западноевропейский сегмент / под ред. А. С. Пую. – СПб., 2010.

5. Захарова М. В., Гладкова А. А., Киселева Е. Б. Ежедневная пресса Великобритании, Нидерландов и Франции в доцифровую эпоху и в эпоху дигитализации: сравнительный анализ// Актуальные проблемы медиаисследований-2017: сборник материалов VI междунар. научно-практ. конф. М., 2017. С. 77–80. – Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/downloads/Материалы%20конференции%20НАММИ.pdf>

6. Зеркаль Д. А. Средства массовой информации как инструмент государственной информационной политики: модели взаимодействия власти и СМИ // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения РАН. – Екатеринбург, 2016. – С. 94–104.

7. Левицкая А. А., Горбаткова О. И. Медиаобразование в странах Европейского Союза на современном этапе// Медиаобразование. – 2014. – С. 93–97. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaobrazovanie-v-stranah-evropeyskogo-soyuza-na-sovremennom-etape>

8. Луцикова В. Г. Современные СМИ в условиях информационной и культурной глобализации// История. Международные отношения = International relations: альманах науч. работ студентов и аспирантов / УдГУ. – Ижевск: Удмурт. ун-т, 2009. – Вып. 4. – Рус., англ. яз. – С. 15–25.

9. Маркина Ю. В. Концентрация СМИ в условиях информационной глобализации // Вестник РУДН. – Серия Литературоведение. Журналистика. – 2014. – №1. – С. 98–104.

10. Мартынов Д. В., Оськин А. В. Интернет и пресса. – М.: Собеседник, 2010.

11. Медиакоммуникации в современном мире: материалы Всерос. научно-практической конференции. – Мурманск: Изд-во МАГУ, 2016. – 209 с.

12. Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 319 с.

13. Орехова О.Е. Печатные СМИ Германии в условиях социально расколотого общества. М.: МГИМО-Ун-т, 2008. 158 с.

14. Майн Г. Средства массовой информации в Федеративной Республике Германии. – Констанц: Изд-во Ферлагсгезельшафт МБХ, 1998.

15. Мэйс И. Работа над ошибками: Опыт омбудсмана газеты «Гардиан». – М.: Ин-т проблем информационного права, 2005. 336с.
16. Российский рынок периодической печати. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад. – М.: Федеральное агентство по печатным и массовым коммуникациям, 2016 – 128 с. – Режим доступа: <http://www.fapmc.ru/mobile/activities/reports>
17. Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад. – М.: Федеральное агентство по печатным и массовым коммуникациям. – Режим доступа: <http://www.fapmc.ru/mobile/activities/reports>
18. Путеводитель по саморегулированию СМИ: Все вопросы и ответы (The Media Self-regulation: Guidebook) – Вена: Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2008. – 113 с. – Режим доступа: <http://www.osce.org/ru/fom/31499>
19. Пустовалов А. В. Пресса Великобритании: между «бумажным» прошлым и цифровым будущим // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2013. – Вып. 3. – С. 191–205.
20. Радиовещание в России. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад. – М.: Федеральное агентство по печатным и массовым коммуникациям. – Режим доступа: <http://www.fapmc.ru/mobile/activities/reports>
21. Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад. – М.: Федеральное агентство по печатным и массовым коммуникациям. – Режим доступа: <http://www.fapmc.ru/mobile/activities/reports>
22. Ситников В. П. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радиовещание. – М.: Слово, 2005. – 115 с.
23. Современная зарубежная журналистика: глокализация в практике западноевропейских СМИ/ Под ред. А. С. Пую. – СПб., 2010.
24. Суршкова В.В. Что же такое новые медиа? // Личность и медиа: сб. ст. преподавателей ф-та журналистики МГГУ им. М.А. Шолохова. – М.: РИЦ МГГУ, 2011. – С. 151–160.
25. Тангейт М. Медиагиганты: как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство. – М.: Альпина, Бизнес Букс, 2006.
26. Холлис Н. Глокализация и реклама // Research&Trends. – Режим доступа: http://www.r-trends.ru/trends/trends_518.html

27. Шарончикова Л. В. Пресса Франции в условиях финансово-экономического кризиса // Медиаскоп. – № 3. – 2010. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/пресса-франции-в-условиях-финансово-экономического-кризиса-2008-г>

28. Шейнин А. Н. Современные российские СМИ в контексте "Власть, бизнес, демократия" // Вестник Удмуртского университета. – 2005. – № 5, вып. 1, спецвып. Филологические науки. – С. 99–103.

29. Шестёркина Л. П., Лободенко Л. К. Коммуникационная конвергенция журналистики, рекламы и ПР // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2013. № 3. С. 31–36.

30. Эвено П. Как цифровые инновации отразились на СМИ? // ИноСМИ. – март. – 2013. – Режим доступа: <http://inosmi.ru/world/20130325/207341016.html>

31. Sarolta S. F. The Function Of The English Language In The European Union // European Integration Studies, Miskolc, Volume 2. Number 2. (2003) pp. 53–64. – Режим доступа: <http://www.uni-miskolc.hu/uni/res/kozlemenyek/2003-2/pdf/sarolta.pdf>

Периодические издания

1. Вестник Московского университета: науч. журнал. Сер. 10. Журналистика. – Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>

2. Медиаскоп: научный электронный журнал факультет журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru>

3. Журналист: журнал для профессионалов. – Режим доступа: <http://journalist-virt.ru>

4. Известия вузов. Проблемы издательского дела и полиграфии: научно-технический журнал. – Режим доступа: <http://mgup.ru/article/1026>

5. Журналистика и медиарынок: профессиональный журнал. – Режим доступа: <http://www.jourmedia.ru>

6. PlanetaSMI.RU: профессиональный интернет-журнал. – Режим доступа: <http://planetasmi.ru>

Электронные англоязычные ресурсы

1. European Union. Официальный сайт: <https://europa.eu>

2. EBU: Европейский вещательный союз. Официальный сайт: <https://www.ebu.ch>
3. European Journalism Centre. Официальный сайт: <http://www.media-landscape>
4. Euronews: телеканал. Официальный сайт: <http://www.euronews.com>
5. The Times: ежедневная газета Великобритании. Официальный сайт: <http://www.thetimes.co.uk>
6. British Broadcasting Corporation (BBC): Британская общенациональная общественная телерадиовещательная организация. Официальный сайт: <http://www.bbc.com>
7. Axel Springer Verlag AG : газетно-издательский концерн в Германии. Официальный сайт: <http://www.axelspringer.de/en>
8. Le Figaro: французская газета. Официальный сайт: <http://www.lefigaro.fr>
9. Комиссия по жалобам на прессу (Великобритания). – Режим доступа: <http://www.pcc.org.uk>
10. Совет по прессе (ФРГ). – Режим доступа: www.presserat.de
11. Европульс. Всё о Европе. Официальный сайт представительства Европейского Союза: <https://euro-pulse.ru>

Электронно-библиотечные системы (ЭБС)

1. Российская государственная библиотека (РГБ): <http://rsl.ru>
2. Русский гуманитарный интернет-университет: <http://www.i-u.ru/biblio>
3. Национальная библиотека Удмуртской Республики: <http://unatlib.org.ru/>
4. Научная библиотека УдГУ: <http://lib.udsu.ru>
5. "ЭБС ЮРАЙТ": <http://www.biblio-online.ru>
6. ЭБС «Лань»: <http://e.lanbook.com>
7. ЭБС IPRbooks: <http://iprbookshop.ru>
8. УдНОЭБ: <http://elibrary.udsu.ru>

ACKNOWLEDGEMENTS / Благодарности



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

First of all, this modular programme is possible thanks to the grant "Jean Monnet Modules" within the programme "Erasmus+".

The authors of the module educational programme would like to express our sincere appreciation for the assistance and for organizational support of the rector of Udmurt State University (UdSU) prof. Merzlyakova G.V.

Latypov I.A. and Menshatova O.V. acknowledge organizational support of the administration of the International and Public Relations Office.

Members of the teaching staff of the Module thank the director of the Institute of Social Communications (ISC) Batalova L.V. for opportunity to develop the module educational programme at the ISC.

The authors acknowledge organizational support of the administration of the professional development courses in the Institute of Additional Professional Training of UdSU for the assistance at the first year of the Module program. Professional Training in UdSU is a part of Life-long learning program in UdSU.

Latypov I.A. and Menshatova O.V. thank Kalach E.A. (docent, UdSU) for translation of paper in the "Udmurt university" newspaper on the results of the 1st year of Module program (on the 27th of June, 2017).

Appendix - 1

JOINT DECLARATION OF THE EUROPEAN MINISTERS OF EDUCATION (Bologna, 19.VI.1999)

The European process, thanks to the extraordinary achievements of the last few years, has become an increasingly concrete and relevant reality for the Union and its citizens. Enlargement prospects together with deepening relations with other European countries, provide even wider dimensions to that reality. Meanwhile, we are witnessing a growing awareness in large parts of the political and academic world and in public opinion of the need to establish a more complete and far-reaching Europe, in particular building upon and strengthening its intellectual, cultural, social and scientific and technological dimensions.

A Europe of Knowledge is now widely recognised as an irreplaceable factor for social and human growth and as an indispensable component to consolidate and enrich the European citizenship, capable of giving its citizens the necessary competences to face the challenges of the new millennium, together with an awareness of shared values and belonging to a common social and cultural space.

The importance of education and educational co-operation in the development and strengthening of stable, peaceful and democratic societies is universally acknowledged as paramount, the more so in view of the situation in South East Europe.

The Sorbonne declaration of 25th of May 1998, which was underpinned by these considerations, stressed the Universities' central role in developing European cultural dimensions. It emphasised the creation of the European area of higher education as a key way to promote citizens' mobility and employability and the Continent's overall development.

Several European countries have accepted the invitation to commit themselves to achieving the objectives set out in the declaration, by signing it or expressing their agreement in principle. The direction taken

by several higher education reforms launched in the meantime in Europe has proved many Governments' determination to act.

European higher education institutions, for their part, have accepted the challenge and taken up a main role in constructing the European area of higher education, also in the wake of the fundamental principles laid down in the Bologna Magna Charta Universitatum of 1988. This is of the highest importance, given that Universities' independence and autonomy ensure that higher education and research systems continuously adapt to changing needs, society's demands and advances in scientific knowledge.

The course has been set in the right direction and with meaningful purpose. The achievement of greater compatibility and comparability of the systems of higher education nevertheless requires continual momentum in order to be fully accomplished. We need to support it through promoting concrete measures to achieve tangible forward steps. The 18th June meeting saw participation by authoritative experts and scholars from all our countries and provides us with very useful suggestions on the initiatives to be taken.

We must in particular look at the objective of increasing the international competitiveness of the European system of higher education. The vitality and efficiency of any civilisation can be measured by the appeal that its culture has for other countries. We need to ensure that the European higher education system acquires a world-wide degree of attraction equal to our extraordinary cultural and scientific traditions.

While affirming our support to the general principles laid down in the Sorbonne declaration, we engage in co-ordinating our policies to reach in the short term, and in any case within the first decade of the third millennium, the following objectives, which we consider to be of primary relevance in order to establish the European area of higher education and to promote the European system of higher education world-wide:

Adoption of a system of easily readable and comparable degrees, also through the implementation of the Diploma Supplement, in order to promote European citizens employability and the international competitiveness of the European higher education system;

Adoption of a system essentially based on two main cycles, undergraduate and graduate. Access to the second cycle shall require successful completion of first cycle studies, lasting a minimum of three

years. The degree awarded after the first cycle shall also be relevant to the European labour market as an appropriate level of qualification. The second cycle should lead to the master and/or doctorate degree as in many European countries.

Establishment of a system of credits - such as in the ECTS system - as a proper means of promoting the most widespread student mobility. Credits could also be acquired in non-higher education contexts, including lifelong learning, provided they are recognised by receiving Universities concerned.

Promotion of mobility by overcoming obstacles to the effective exercise of free movement with particular attention to:

- for students, access to study and training opportunities and to related services;

- for teachers, researchers and administrative staff, recognition and valorisation of periods spent in a European context researching, teaching and training, without prejudicing their statutory rights.

Promotion of European co-operation in quality assurance with a view to developing comparable criteria and methodologies.

Promotion of the necessary European dimensions in higher education, particularly with regards to curricular development, interinstitutional co-operation, mobility schemes and integrated programmes of study, training and research.

We hereby undertake to attain these objectives - within the framework of our institutional competences and taking full respect of the diversity of cultures, languages, national education systems and of University autonomy - to consolidate the European area of higher education. To that end, we will pursue the ways of intergovernmental co-operation, together with those of non governmental European organisations with competence on higher education. We expect Universities again to respond promptly and positively and to contribute actively to the success of our endeavour.

Convinced that the establishment of the European area of higher education requires constant support, supervision and adaptation to the continuously evolving needs, we decide to meet again within two years in order to assess the progress achieved and the new steps to be taken.

(Bologna, 19.VI.1999)

Appendix - 2

The Roundtable debate on the 2nd of June, 2017

(the photo was taken by N. Latypova)



CONTENTS

	Page
1. Foreword (in Russian)	4
2. Foreword	5
3. Introduction (in Russian)	6
4. Introduction	7
5. Discourse of European experience of Innovative culture and Intellectual property research in the Udmurt State University (The results of the 1 st year of Module program)	10
6. Materials for “European experience of innovative culture: communicative aspects” Course (in Russian)	14
7. “European experience of innovative culture: communicative aspects” Course - draft syllabus	38
8. Materials for “European and homeland experience of Intellectual Property: communicative aspects” Course (in Russian)	41
9. “European and homeland experience of Intellectual Property: communicative aspects ” Course - draft syllabus	58
10. Materials for “Innovative English-language media in the European Union: role and functions” Course (in Russian)	61
11. Acknowledgements	92
 Appendix - 1. Joint declaration of the European ministers of education - Bologna, 19.VI.1999	 93
 Appendix - 2. Some part of photoreports of debates during the module course	 96

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Учебное издание

**Латыпов Ильдар Абдулхаевич,
Меншатова Ольга Викторовна**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ
МОДУЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
«Европейский опыт инновационной культуры
и отношений интеллектуальной собственности:
коммуникативные аспекты»**

для обучающихся в рамках гранта
№ 575008-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE

Компьютерная верстка и корректура: Н.В. Латыпова

Авторская редакция

Отпечатано с оригинал-макета заказчика

Подписано в печать