

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 14.02.2019 19:15:16
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕНА
решением методической комиссии
по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с
общественностью»
СЗИУ РАНХиГС
Протокол от «17» июня 2019 г. № 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.25 Теория и практика массовой информации

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

ТиПМИ

краткое наименование дисциплины (модуля)

по направлению подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Реклама и связи с общественностью

в государственных и негосударственных организациях

направленность(и) (профиль (и)/специализация(и))

бакалавр

квалификация выпускника

очная

форма(ы) обучения

Год набора – 2019

Санкт-Петербург, 2019 г.

Автор-составитель:

К.филол.н., доцент, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций Сосновская А.М.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций Ким М.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.О.25 «Теория и практика массовой информации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-2	способен учитывать тенденции развития отечественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.3	способность подготовить текстовые и рабочие материалы в рамках традиционных и современных СМИ
ОПК-3	способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1	способность анализировать семиотический код рекламных текстов и PR-сообщений, редактировать тексты в рамках коммуникационной и рекламно-информационной профессиональной деятельности, выработка навыков конструирования собственных текстов с учетом семиотических законов и правил

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Таблица 2

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
<p>Организация продвижения продукции СМИ:</p> <ul style="list-style-type: none"> разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ; организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ. <p>Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ:</p> <ul style="list-style-type: none"> планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ; организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания. 	ОПК-2.3	<p>На уровне знаний:</p> <p>сущность, структура и функции массовой коммуникации, основные методы измерения структурных элементов коммуникатемы, основные принципы и формы взаимодействия PR-специалиста со СМИ; виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде</p>
		<p>На уровне умений:</p> <p>подготовить текстовые и рабочие материалы в рамках традиционных и современных СМИ; подготовить и реализовать деловую коммуникацию, публичное выступление в соответствии со спецификой коммуникативной ситуации и рабочим заданием, применять технологии, техники и методы рекламной коммуникации</p>
		<p>На уровне навыков:</p> <p>навыки эффективных коммуникаций и самопрезентации в условиях межличностной и массовой коммуникации</p>
<p>Организация продвижения продукции СМИ:</p> <ul style="list-style-type: none"> организация маркетинговых исследований в области СМИ; разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ. <p>Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ:</p> <ul style="list-style-type: none"> определение формата, тематики 	ОПК-3.1	<p>На уровне знаний:</p> <p>сущность, структура и функции массовой коммуникации, основные методы измерения структурных элементов коммуникатемы, основные принципы и формы взаимодействия PR-специалиста со СМИ; виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде</p>
		<p>На уровне умений:</p> <p>подготовить текстовые и рабочие материалы в рамках традиционных и современных СМИ; подготовить и реализовать деловую коммуникацию, публичное</p>

и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ; • подготовка создания сценарного материала нового продукта; • организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания.	выступление в соответствии со спецификой коммуникативной ситуации и рабочим заданием, применять технологии, техники и методы рекламной коммуникации
	На уровне навыков: навыки эффективных коммуникаций и самопрезентации в условиях межличностной и массовой коммуникации

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академ. часов, 81 астроном. час.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах)
Общая трудоемкость	108
Аудиторная работа	36
Лекции	16
Практические занятия	20
Самостоятельная работа	72
Контроль	
Формы текущего контроля	Тестирование, доклад, устный опрос, реферат, деловая игра
Формы промежуточной аттестации	Зачет – 5 семестр

Место дисциплины. Дисциплина Б1.О.25 «Теория и практика массовой информации» (5 семестр) включена в базовый цикл дисциплин. При изучении данной дисциплины обучающиеся будут опираться на знания и умения, полученные в ходе предшествующего знакомства с дисциплинами гуманитарного, социального цикла и, прежде всего, с «Социологией», а также таких курсов, как «История рекламы и связей с общественностью», «Основы теории коммуникации». Содержание данного курса в дальнейшем получит более углубленное раскрытие в таких учебных дисциплинах, как «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Технологии управления общественным мнением». Успешное освоение дисциплины позволит выпускникам вуза эффективно выполнять информационные задачи в процессе профессиональной деятельности в различных структурах рекламы и связей с общественностью.

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного и маркетингового типов задач в будущей профессиональной деятельности.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Учебно-тематический план

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л	ЛР	ПЗ	КС Р		
Очная форма обучения								
Тема 1	Предмет «Теория и практика массовой информации»	22	4		4		14	УО*/Т****/Д**

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 2	Теория журналистики и методика журналистского творчества	20	2		4		14	УО*/Т****/Д**/ДИ***
Тема 3	Организация работы редакции. Журналистский корпус. Профессиональная идентичность журналиста. СМИ как предприятие: рынок современной прессы	24	4		4		16	УО*/Т****/Д**/ДИ***/Р*****
Тема 4	Профессионально-этические нормы и правила: законодательство в сфере журналистики	20	2		4		14	УО*/Т****/Д**/ДИ***
Тема 5	СМИ и связи с общественностью – система взаимодействия	22	4		4		14	УО*/Т****/Д**/ДИ***
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		108/81	16/12		20/15		72/54	

УО* – устный опрос

Д** – доклад

ДИ*** – деловая игра

Т**** – тестирование

Р***** – реферат

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Предмет «Теория и практика массовой информации».

Социально-политические реформы, возникновение и развитие журналистики. Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке. Предмет и задачи учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации», методика ее изучения. Основные категории учебной дисциплины: социальная информация, массовая информация, СМИ, журналистика и др. Место и роль массовой информации, СМИ в профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью. Коммуникативная природа журналистики.

Исторические типы, идейно-теоретические концепции, модели журналистики. Основные тенденции в развитии журналистики в XX веке. Советский период развития отечественных СМИ. Состояние массовой информации и журналистики в России 90-х годов XX века. Демократизация общества, возрождение в стране многопартийной печати, распад административно-командной системы управления СМИ, свобода печати и слова. Концепция нового политического мышления, и ее воздействие на прессу, радио и телевидение. Законы

СССР и Российской Федерации о средствах массовой информации. Ведущие темы прессы Российской Федерации в период перестройки.

Новые периодические издания, радиостанции и телеканалы на информационном рынке страны. Практика взаимодействия средств массовой информации и властных структур. Новые темы и направления в исследовательской практике по журналистике.

Тема 2. Теория журналистики и методика журналистского творчества

Журналистское творчество как профессиональная деятельность. Научное творчество в сфере журналистики. Особенности научно-исследовательской деятельности. Методы исследования журналистики, их эволюция. Современные отечественные и западные исследователи СМИ. Корконосенко С.Г., Томпсон Дж., Уаллакотт Дж., Гидденс А., Фиск Дж., МакКуэйл Д., Карлсон Дж. И др. Редакторский, организаторский и авторский виды журналистской деятельности. Формы осуществления редакционной политики средствами массовой информации. Актуальность и оперативность как понятия, определяющие качества массовой информации. Информация и публицистика. Научный, художественный и публицистический виды творчества и их презентация СМИ в повседневной практике. Содержание и своеобразие журналистского творчества. Роль факта, фактической основы в журналистике. Методы сбора информации в журналистике. Журналистское произведение. Информационные жанры: заметка, отчет, репортаж, интервью. Аналитические жанры: статья, корреспонденция, рецензия, обозрение, обзор СМИ, письмо. Художественно-публицистические: очерк, зарисовка. Художественно-публицистические сатирические жанры: фельетон, памфлет, пародия, эпиграмма и др. Особенности жанров на радио и телевидении. Журналистское расследование как жанр, его особенности. Методы получения сведений в процессе журналистского расследования. Интернет и его использование журналистом; технические средства в процессе журналистского творчества. Журналистика среди других родов творчества. Сходство и отличия журналистики от литературно-художественного и научного творчества.

Тема 3. Организация работы редакции. Журналистский корпус. Профессиональная идентичность журналиста. СМИ как предприятие: рынок современной прессы

Современные средства массовой информации России. Структура организации СМИ. Содержание массовой информации СМИ Российской Федерации. Модели журналистики. Системные характеристики СМИ. Типология современной российской периодической печати, телевидения, радиовещания. Спутниковое, кабельное и эфирное телевидение. Электронные версии современных газет. Российские СМИ в Интернете. Конвергентная журналистика. Российская Федерация и мировое информационное пространство. Структурно-функциональный, дискурсивный анализ деловой, рекламной, аграрной, экологической, партийной, и др. печати. Издания для женщин, детей, других социальных групп. Формирование института религиозной прессы. Средства массовой информации и рынок. СМИ как предприятие. Журналистская информация как товар, редакция как производственное учреждение. Стандарты качества информации. Экономические цели редакции. Рынок типографских услуг, периодических изданий и потребителей информационной продукции. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке России. Проблемы собственности в информационном бизнесе. Коллективные формы управления СМИ. Бизнес-планирование в редакции. Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ. Комплекс, коммуникации, этапы маркетинга. Служба маркетинга СМИ. Позиционирование и сегментирование изданий. Изучение информационного рынка: рынка

массовой информации, рабочей силы СМИ, материалов, распространителей, аудиторией, технического и издательского рынка. Анализ собственного СМИ и конкурирующих изданий. Распространение издания. Ценообразование. Бюджет газеты, телерадиокомпании, информационного агентства. Современный менеджмент и СМИ. Особенности редакционного менеджмента. Методы управления редакцией. Оплата труда журналистов. Контрактная система найма. Стимулирование труда сотрудников. Взаимосвязь экономики, права и этики. Редакция как творческое объединение и коммерческое предприятие, как производственно-творческая структура. Тип издания. Принципы редакционной деятельности: разделение труда, кооперация труда и объединение его результатов, принцип единоначалия. Структура творческой части редакции: корреспонденты (собственные и специальные), корреспондентская сеть, внештатные авторы. Звено руководства и управления (редактора, секретариат); звено исполнения (отделы редакции: отраслевые, жанровые, проблемные). Коммерческие службы редакции: отдел рекламы, газетный менеджер. Научная организация труда в редакции. Инструментарий современного журналиста. Штатное расписание редакций. Материально-технические средства производства периодических изданий. Планирование выпуска газеты, принципы планирования текущего номера, планирование на перспективу, месячные, квартальные планы. Планы целевого номера, акции, газетной кампании. Основные технологические схемы выпуска газетно-журнальной продукции. Верстка и печать. Дизайн полиграфических изданий. Современное оформление газет и журналов, макетирование и верстка. Заглавие газеты и его сопровождение. Титульный лист журнала. Формат газеты и журнала. Шрифтовое оформление. Требования к газетным и журнальным заголовкам и рубрикам. Оригинал текста и редакторская работа над ним. Виды правки текста. Подсчет объема текстового и иллюстрированного материала. Виды макета. Принципы и приемы макетирования. Компьютерное макетирование и верстка периодических изданий. Понятие о компьютерном дизайне периодических изданий. Типографский дизайн. Функциональность и эстетика оформления. Композиционно-графическое моделирование. Взаимосвязь содержания и формы. Техника оформления колонок, заголовков, иллюстраций, объявлений. Эстетика полосы. Особенности и стили оформления рекламы. Дизайн информационно-рекламных приложений. Работа с цветом. Фотография в газете, журнале, книге. Техника фотосъемки. Выразительные и изобразительные средства фотографии. Композиция снимка книги. Фотоснимок и текст к нему в композиционно-графической модели издания. Фоторепортаж, его оформление. Фотореклама. Знаменитые фотографы мира и их работы. Р.Капа, А.Картье-Брессон, Стив МакКарри, Л.Хайн, Д.Ранкин, Г. Колберт и др. Фотожурналистика в России. Журналистский корпус. Журналистское образование. Понятие эффективности, действенности журналистики. Проблема восприятия, усвоения журналистского произведения аудиторией.

Тема 4. Профессионально-этические нормы и правила: законодательство в сфере журналистики

Профессиональная и служебная этика журналиста. Кодекс как механизм саморегуляции в журналистских сообществах. Своеобразие журналистского творчества и особенности профессиональных качеств личности корреспондента. Социальная позиция журналиста. Принципы поведения журналиста. Адекватность информирования читателей о событиях действительности как нравственная норма профессии журналиста. Проблема выбора. Истина. Гласность и ее проявления в журналистской деятельности. Журналист и источники информации. Понятие «компромата»; проблема «скрытой» рекламы; проблема факта и комментария. Журналист и его герои. Редакционный коллектив и нормы служебной этики.

Возрастание роли профессионально-этических норм в журналистской деятельности в условиях перехода к информационному обществу и конституционного закрепления свободы слова. Профессиональная культура журналиста. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности. Свобода печати и журналистская деятельность. Джон Мильтон о свободе печати. Свобода, необходимость, ответственность применительно к теории и практике журналистики. Экономические условия и факторы свободы СМИ. Юридические аспекты свободы журналистики. Законодательство России о СМИ и концепция свободы печати. Правовая регламентация деятельности журналиста. Основы информационно права. Свобода мысли и слова. Отмена цензуры. Законодательная ответственность за достоверность информации. Организация и деятельность СМИ как предмет правового регулирования. Взаимные права и обязанности в структурно образующих линиях: общество и государство – СМИ; учредитель и издатель – редакция СМИ; редакция – автор публикации; редакция – автор, источник информации; СМИ – население. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» (1991 г.) в оценке журналистского корпуса, законодателей, общественности. Правовой аспект становления экономической независимости СМИ. Судебная практика разбора нарушений правовых норм журналистами и редакциями СМИ.

Тема 5. СМИ и связи с общественностью – система взаимодействия.

СМИ и связи с общественностью как информационно-социальные системы. Предназначение, цели и основные функции. Для связей с общественностью средства массовой информации – опорный союзник, канал связи с обществом, с основными слоями и группами общественности. Для СМИ связи с общественностью – источник событийной новостной бесплатной информации, а также рекламных статей и объявлений. Методы, приемы, формы сотрудничества СМИ и связей с общественностью. Медиарилейшнз. Пресс-конференции, брифинги, презентации. PR – жанры. Институт аккредитации журналистов пресс-службами. Мониторинг и оценка журналистских выступлений о деятельности организации. Виды информационных материалов, представляемых структурами связей с общественностью в СМИ. Технологии связей с общественностью на службе СМИ, в системе профессиональной журналистской деятельности. СМИ как субъект связей с общественностью. Связи с общественностью в редакционной структуре. Ориентиры деятельности специалистов по связям с общественностью в редакциях. Технологии проведения ими информационных исследований, PR-акций, с целью достижения оптимальных экономических результатов, формирования положительного микроклимата в редакционном коллективе. Участие в рекламной кампании издания.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. *Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации*

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.25 «Теория и практика массовой информации» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, тестирование, деловая игра, доклад;
- при контроле результатов самостоятельной работы студентов: реферат, устный опрос.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод,

исследовательский метод, деловые игры, разбор конкретных ситуаций.

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам и выполнение практического задания.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Вопросы для устного опроса на семинарах

Тема 1

1. Перечислите предпосылки возникновения СМК.
2. Каковы функции СМК и СМИ?

Тема 2

3. Опишите параметры социальной информации.
4. Каковы функции PR и рекламы?
5. Журналистика, PR и реклама: назовите параметры сходства и различия.

Тема 3

6. Опишите эффекты воздействия МК.
7. Каковы способы освоения информационной среды?

Тема 4

8. В чем состоит информационное взаимодействие СМИ и аудитории?
9. Каковы источники журналистского замысла?

Тема 5

10. Опишите типология новостей.
11. Перечислите особенности информационных текстов.
12. Опишите алгоритм запроса информации.

Примеры тем докладов

Тема 1

1. Исторические типы журналистики
2. Идеино-теоретические концепции журналистики
3. Модели журналистики

Тема 2

4. Социальные роли и функции журналистики.
5. Функции социальных сетей, журналистика блогов. Интернет издания, СМИ он-лайн.
6. Современные западные и отечественные подходы в теории журналистики

Тема 3

7. Журналистская деятельность как разновидность общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации.
8. Классификация методов исследования, применяемых в журналистике и для изучения журналистики.
9. Методы сбора информации в журналистике.

Тема 4

10. Место и роль публицистики в журналистской деятельности.
11. Информационные жанры в творческой деятельности журналиста.
12. Характеристика аналитических жанров.

Тема 5

13. Художественно-публицистические жанры в журналистской деятельности. Сатирические жанры.

14. Жанры радиожурналистики, особенности их реализации.
15. Верстка и печать.

Примеры тем рефератов (тема 3)

1. Дожурналистский опыт массовой коммуникации человечества.
2. Возникновение и развитие отечественной журналистики.
3. Развитие массовой информации и СМИ в советский период.
4. Тенденции развития российских СМИ в конце XX столетия.
5. Общие представления об информационных процессах современности. Информационное общество.
6. Информационная безопасность. Информационная политика.
7. Место и роль информационных агентств в структуре СМИ.
8. Политика и СМИ. Регулирующая роль СМИ в политической сфере общества
9. Современное российское телевидение.
10. Системные особенности современного радиовещания Российской Федерации.
11. Российские СМИ и Интернет.
12. Содержание и своеобразие журналистского творчества.
13. Журналистское расследование.
14. Система управления редакционным коллективом.
15. Редакционные процессы при выпуске печатных СМИ.
16. Законодательное обеспечение свободы слова и информации в Российской Федерации в постсоветский период.
17. Нравственные основы журналистской деятельности.
18. Профессиональная и служебная этика журналиста.
19. СМИ и связи с общественностью как социальные институты коммуникации.

Примеры тестовых заданий

Тема 1-2

Убеждение – это:

- А) осведомленность;
- Б) знание;
- В) предпочтения.

Тема 3-4

Что такое прайм-тайм?

- А) время начала рекламной кампании;
- Б) время наибольшего охвата аудитории телеканал
- В) время прохождения рекламной кампании;

Тема 5

Почему размещение рекламы на ТВ требует большего количества повторов?

- А) из-за высокой степени «зашумленности»;
- Б) из-за высокой степени ротации аудитории;
- В) из-за высокой стоимости;
- Г) из-за большого числа потенциальной аудитории;

Примеры заданий для деловой игры

Тема 2

Составление аналитической записки «Информационный рынок: структура, условия функционирования» (Санкт-Петербурга, Ленинградской области и т.п.)

Тема 3

Анализ сайта СМИ/ медиа организации, получение сведений, необходимых для углубленного изучения отдельных аспектов темы, данной преподавателем.

Тема 4

Создание и ведение блога (на выбранную тему).

Тема 5

Создание структуры и информационное наполнение сайта медиа организации

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Таблица 5(1)

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-2	способен учитывать тенденции развития отечественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.3	способность подготовить текстовые и рабочие материалы в рамках традиционных и современных СМИ
ОПК-3	способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1	способность анализировать семиотический код рекламных текстов и PR-сообщений, редактировать тексты в рамках коммуникационной и рекламно-информационной профессиональной деятельности, выработка навыков конструирования собственных текстов с учетом семиотических законов и правил

Таблица 5(2)

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ОПК-2.3	Студент разграничивает разные типы коммуникации, характеризует массовую коммуникацию как социальный феномен.	Студент свободно владеет навыками, методами, методиками и техникой проведения эмпирических исследований ключевых элементов коммуникатемы с целью оптимизации и повышения эффективности их функционирования и воздействия на сознание и поведение людей.
ОПК-3.1	Студент создает тексты рекламы и связей с общественностью, осуществляет их семиотический анализ. Студент порождает устные и письменные тексты на русском языке в имитированной ситуации профессиональной коммуникации, владеет методикой редактирования текста.	Студент самостоятельно характеризует семиотический код рекламы. Студент грамотно оформляет рекламный текст с учетом ситуации коммуникации, способен самостоятельно трансформировать созданный текст.

На зачете студент отвечает на 2 вопроса и выполняет практическое задание, которое позволяет проверить степень овладения умениями и навыками.

Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Предмет, цель и задачи учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации».
2. Место и роль учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации» в профессиональной подготовке специалиста по связям с общественностью.
3. Основные категории учебной дисциплины.
4. Дожурналистский опыт массовой коммуникации человечества.
5. Исторические типы, идейно-теоретические концепции, модели журналистики
6. Возникновение и развитие отечественной журналистики.
7. Развитие массовой информации и СМИ в советский период.
8. Тенденции развития российских СМИ в конце XX столетия.
9. Общие представления об информационных процессах современности. Информационное общество.
10. Информационная безопасность. Информационная политика.
11. Место и роль информационных агентств в структуре СМИ.
12. Социальные роли и функции журналистики.
13. Функции социальных сетей, журналистика блогов. Интернет издания, СМИ он-лайн.
14. Политика и СМИ. Регулирующая роль СМИ в политической сфере общества
15. Современное российское телевидение.
16. Системные особенности современного радиовещания Российской Федерации.
17. Российские СМИ и Интернет.
18. Современные западные и отечественные подходы в теории журналистики
19. Журналистская деятельность как разновидность общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации.
20. Содержание и своеобразие журналистского творчества.
21. Классификация методов исследования, применяемых в журналистике и для изучения журналистики.
22. Журналистское расследование.
23. Методы сбора информации в журналистике.
24. Место и роль публицистики в журналистской деятельности.
25. Информационные жанры в творческой деятельности журналиста.
26. Характеристика аналитических жанров.
27. Художественно-публицистические жанры в журналистской деятельности. Сатирические жанры.
28. Жанры радиожурналистики, особенности их реализации.
29. Система управления редакционным коллективом.
30. Редакционные процессы при выпуске печатных СМИ.
31. Верстка и печать.
32. Информационный рынок: структура, условия функционирования.
33. Законодательное обеспечение свободы слова и информации в Российской Федерации в постсоветский период.
34. Нравственные основы журналистской деятельности.
35. Профессиональная и служебная этика журналиста.
36. СМИ и связи с общественностью как социальные институты коммуникации.

Пример практического задания

Создайте 2 разнотипных новостных сообщения для сайта (по выбору студента).

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Ведущий преподаватель дисциплины разрабатывает схему расчета рейтинговых баллов по дисциплине. Схема расчетов формируется в соответствии с учебным планом, утверждается руководителем образовательного направления и доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию о видах учебной работы, видах текущего контроля, виде промежуточной аттестации по дисциплине, а также иную информацию, влияющую на начисление баллов обучающимся.

Усвоение студентом всего объема дисциплины максимально оценивается в 100 баллов.

Шкала перевода оценки из многобалльной в систему «зачтено»/ «не зачтено»:

Таблица 6

от 0 до 50 баллов	«не зачтено»
от 51 до 100 баллов	«зачтено»

4.4. Методические материалы **Описание системы оценивания**

Таблица 7

<i>Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)</i>	<i>Показатели оценки</i>	<i>Критерии оценки</i>
Устный опрос по вопросам семинара	<ul style="list-style-type: none"> Корректность и полнота ответов 	<ul style="list-style-type: none"> Полный, развернутый и подкрепленный языковыми примерами ответ – 2 балла Неполный ответ – 0,5-1 балл Неверный ответ – 0 баллов
Тестирование	<ul style="list-style-type: none"> Процент правильных ответов на вопросы теста. 	<p style="text-align: center;">Менее 60% – 0 баллов; 61 - 75% – 6 баллов; 76 - 90% – 8 баллов; 91 - 100% – 10 баллов.</p>
Доклад	<ul style="list-style-type: none"> актуальность проблемы и темы полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал грамотность и культура изложения 	<ul style="list-style-type: none"> новизна проблемы max - 1 баллов степень раскрытия сущности проблемы max - 1 баллов обоснованность выбора источников max. – 1 баллов соблюдение требований к оформлению. max - 2 баллов
Зачет	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением примеров	<p>Полный иллюстрированный ответ – 15-20 баллов</p> <p>Неполный ответ с примерами – 10-15 баллов</p> <p>Неполный ответ без примеров – 5-10 баллов</p> <p>Неполный ответ и незнание понятийно-терминологического аппарата дисциплины – 0 баллов</p>
Реферат	<ul style="list-style-type: none"> актуальность проблемы и темы 	<ul style="list-style-type: none"> новизна проблемы max - 5 баллов

	<ul style="list-style-type: none"> • полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы • умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал • грамотность и культура изложения 	<ul style="list-style-type: none"> • степень раскрытия сущности проблемы max - 5 баллов • обоснованность выбора источников max. – 5 баллов • соблюдение требований к оформлению. max - 2 баллов
Деловая игра	<ul style="list-style-type: none"> • знание терминов, • культура речи, • логика действий, • рациональность действий, • оптимальность выборов. 	<p>I. Первый этап: обсуждение поставленной задачи и предварительный обмен мнениями на добровольно-совещательной основе – 2 балл.</p> <p>II. Второй этап: самостоятельная работа студентов в малых группах (командная работа) в указанный срок – до 3 баллов;</p> <p>III. Третий этап: полнота раскрытия темы задания и владение терминологией, ответы на дополнительные вопросы – до 5 баллов.</p> <p>Всего 10 баллов.</p>

Зачет проходит в форме устного собеседования по вопросам. На подготовку к ответу дается 45 минут. На зачете предусмотрено выполнение практического задания. Итоговая оценка по дисциплине выставляется с учетом набранных на аудиторных занятиях баллов.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Тестирование. Проводится по всему содержанию дисциплины на последних семинарских занятиях.

Работа со списком литературы. Основная литература осваивается в полном объеме. Дополнительная литература факультативная для освоения.

Вопросы для самопроверки

Тема 1:

1. Социально-политические реформы, возникновение и развитие журналистики.
2. Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке.
3. Практика взаимодействия средств массовой информации и властных структур.
4. Предпринимательская, официальная и партийная печать.
5. Новые темы и направления в исследовательской практике по журналистике.

Тема 2:

1. Возникновение научных школ и создание научных центров по исследованию истории, теории и практики в области коммуникации.
2. Жанры журналистики
3. Методы исследования журналистики
4. Интернет и его использование журналистом; технические средства в процессе журналистского творчества.
5. Журналистика среди других родов творчества. Сходство и отличия журналистики от литературно-художественного и научного творчества.

Тема 3:

1. Содержание массовой информации и современные СМИ Российской Федерации.
2. Модели журналистики.
3. Системные характеристики СМИ.
4. Типология современной российской периодической печати, телевидения, радиовещания.
5. СМИ как предприятие.
6. Материально-технические средства производства периодических изданий.
7. Фотожурналистика в России.
8. Журналистский корпус.
9. Журналистское образование.
10. Понятие эффективности, действенности журналистики.
11. Проблема восприятия, усвоения журналистского произведения аудиторией.

Тема 4:

1. Профессиональная и служебная этика журналиста.
2. Кодекс как механизм саморегуляции в журналистских сообществах.

3. Своеобразие журналистского творчества и особенности профессиональных качеств личности корреспондента.
4. Социальная позиция журналиста. Принципы поведения журналиста.
5. Адекватность информирования читателей о событиях действительности как нравственная норма профессии журналиста.
6. Гласность и ее проявления в журналистской деятельности.
7. Журналист и источники информации.
8. Журналист и его герои.
9. Редакционный коллектив и нормы служебной этики.

Тема 5:

1. Методы, приемы, формы сотрудничества СМИ и связей с общественностью.
2. Медиарелейшнз.
3. PR –жанры.
4. Институт аккредитации журналистов пресс-службами.
5. Мониторинг и оценка журналистских выступлений о деятельности организации

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Ким М.Н. Основы теории журналистики: для бакалавров. – СПб. [и др.]: Питер, 2015. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://ibooks.ru/reading.php?productid=334070>)
2. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. – М.: Аспект-Пресс, 2011. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.iprbookshop.ru/8846.html>)
3. Сосновская А.М. Деловая коммуникация и переговоры. – СПб.: Изд-во СЗАГС, 2011. (http://idp.nwipa.ru:2056/pdf/trudi_prepod/Delcomm_sosnovskaya.pdf)

6.2. Дополнительная литература

1. Мисонжников Б.Я. Журналистика: Введение в профессию / Мисонжников Б.Я., Тепляшина А.Н. – СПб. [и др.]: Питер, 2014. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://ibooks.ru/reading.php?productid=339955>)
2. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М.: Аспект-Пресс, 2011. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.iprbookshop.ru/8850.html>)
3. Стегарев С.Т. Теория и практика массовой информации. – СПб.: Изд-во СЗАГС, 2010. (http://idp.nwipa.ru:2056/pdf/trudi_prepod/teoriprMK_stegarev.pdf)

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- Информационно-правовые базы Консультант плюс, Гарант.

Англоязычные ресурсы

- *EBSCO Publishing* – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald* – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

6.4. Нормативные правовые документы

1. О средствах массовой информации: Федеральный Закон от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 19.04.2013). - URL: <http://www.consultant.ru/popular/smi/> (дата обращения 20.06.2018).
2. О рекламе: Федеральный Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 07.06. 2013 № 108-ФЗ). - URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/26_1.html (дата обращения 20.06. 2018).

6.5. Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

- 1) <http://www.gramota.ru>
- 2) <http://www.slovari.ru>

6.6. Иные источники

При изучении дисциплины иные источники не используются

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

*Компьютерные и информационно-коммуникативные средства.
Технические средства обучения*

Таблица 8

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства Microsoft.