

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 31.01.2023 16:02:17
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f66048650281b13ca982

**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
42.03.02 «Журналистика»
Протокол от «17» июня 2020 г. № 3

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.04 «Современные зарубежные средства массовой информации»

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

Сов. заруб. СМИ

краткое наименование дисциплины (модуля)

по направлению подготовки

42.03.02 «Журналистика»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Телерадиожурналистика

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

квалификация выпускника

бакалавр

форма(ы) обучения

очная

Год набора 2020

Санкт-Петербург, 2020 г.

Автор-составитель:

Кандидат искусствоведения, доцент кафедр
журналистики и медиакоммуникаций

Кащук А.А.

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.В.04 «Современные зарубежные СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.3	способность предлагать творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта
ПК-2	Способен собрать, подготовить и представить актуальную информацию по социальным общественным проблемам для населения через средства массовой информации	ПК-2.3	Способность отслеживать реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Таблица 2

ОТФ/трудовые и профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
<ul style="list-style-type: none"> Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации. 	ПК-1.3	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> концепция образования в течение всей жизни (lifelong learning): системный взгляд; целеполагание как процесс осмысления своей деятельности (в т.ч. учебной), постановки целей и их достижения
		<p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> использовать открытые обучающие программы; проводить самоанализ; преодолевать сопротивление внешней среды
		<p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> постановки целей и задач; эффективного обучения
<ul style="list-style-type: none"> Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации 	ПК-2.3	<p>На уровне знаний: базовые категории публичных релейшнз, рекламы и основы массовой коммуникации; основные рекламные коммуникации и стратегии публичных релейшнз в контексте межкультурного общения; понятие, сущность и механизмы формирования стереотипов и предрассудков.</p> <p>На уровне умений: анализировать вербальную коммуникацию в контексте языковой картины мира; правильно интерпретировать многочисленные термины публичных релейшнз и рекламы.</p>

На уровне навыков: теоретическими знаниями о планомерной постоянно осуществляемой деятельности по обеспечению равноправного информационного взаимодействия, с учетом того, что публич рилейшнз включает все взаимодействия, в ходе которых организация вступает в контакт с людьми; межкультурной компетентностью, ориентированной на мультикультурализм; толерантным отношением к представителям разных наций и народов; навыками успешной коммуникации, умением избегать стандартных коммуникативных помех и ошибок в нестандартной сфере.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.04 «Современные зарубежные СМИ» (6 семестр) относится к обязательным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.02 «Журналистика».

Знания, полученные в курсе «Современные зарубежные СМИ», используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ и в дальнейшей практической работе.

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц 216 академ. часов.

Таблица 1

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах)
Общая трудоемкость	216
Аудиторная работа	76
Лекции	32
Практические занятия	44
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	104
Контроль	36
Формы текущего контроля	Устный опрос, тестирование
Вид промежуточного контроля	экзамен

Место дисциплины.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 2-ом семестре и закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения следующими дисциплинами профессиональной подготовки: «Основы теории журналистики», «Основы журналистской деятельности», «Психология журналистики», «Профессиональная этика журналиста», «Профессиональные творческие студии», «Система СМИ», «Социология журналистики», «Экономика и менеджмент СМИ», «Техника и технология СМИ».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://szu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Учебно-тематический план

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР/ЭО, ДОТ*	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	От традиционных СМИ к конвергенции массмедиа	30	4		6		14	УО, Т
Тема 2	Система и типология современных зарубежных СМИ	30	4		6		14	УО, Т
Тема 3	Современные зарубежные СМИ и политика	30	4		6		14	УО, Т
Тема 4	Международно-правовое законодательство зарубежных СМИ	30	4		6		14	УО, Т
Тема 5	Современные зарубежные СМИ Европы и США	30	4		6		16	УО, Т
Тема 6	Современные СМИ стран Азиатско-Тихоокеанского региона	30	6		6		16	УО, Т
Тема 7	Современные СМИ Африки и Ближнего Востока	36	6		8		16	УО, Т
Промежуточная аттестация		36						Экзамен
Всего (академ.час./астроном.час.):		216/162	32/24		44/33		104/78	

УО – устный опрос
Т – тестирование

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. От традиционных СМИ к конвергенции массмедиа

Коммуникативные революции XX-XXI вв. Интернет как информационная супермагистраль. Новые тенденции развития СМИ. Конвергенция в СМИ. Сетевая журналистика.

Тема 2. Система и типология современных зарубежных СМИ

«Система» и «типология» СМИ: характеристика понятий. Формы типологической классификации средств массовой информации. Основные типологические особенности СМИ Европы, Соединенных Штатах Америки, Китая, Японии.

Тема 3. Современные зарубежные СМИ и политика

Журналистика и политика. Проблемы политкорректности и мультикультурализма в зарубежных СМИ. Проблема «обратной дискриминации» и концепция «угнетатели – жертвы» в современных зарубежных СМИ. Зарубежная журналистика и неолиберальные ценности.

Тема 4. Международно-правовое законодательство зарубежных СМИ

Вторая половина XX века поставила перед обществом задачу регулирования процессом распространения информации. Согласно резолюции ООН № 59 свобода информации провозглашалась в качестве фундаментального права человека.

Тема 5. Современные зарубежные СМИ Европы и США

СМИ стран Европы и Америки в своем практическом функционировании включают в себя два ярко выраженные направления: так называемое европейско-континентальное и «островное», охватывающее СМИ Великобритании и США.

Тема 6. Современные СМИ стран Азиатско-Тихоокеанского региона

Многообразие стран и народов Азиатско-Тихоокеанского региона predeterminedли чрезвычайно богатую и насыщенную историю СМИ.

Тема 7. Современные СМИ Африки и Ближнего Востока

Завоевание политической независимости бывшими африканскими колониями относят

к

началу второй половины XX столетия, поэтому не случайно 1960 год называют годом Африки. Для идеологического обеспечения решения проблем укрепления политической самостоятельности и экономической стабильности в освободившихся странах создаются СМИ.

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.В.04 «Современные зарубежные СМИ» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, защита проектов, собеседование по терминам, тестирование.

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.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптированы для платформы Moodle.

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов: устный опрос по билетам. Содержание билета по дисциплине состоит из двух вопросов, предполагающих знание теории и ее применение для решения практической задачи.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

4.2 Материалы текущего контроля успеваемости

Типовые тестовые задания по дисциплине по темам 1-7

1. Социальный институт, общественно-политическая деятельность, совокупность профессий, комплекс каналов передачи массовой информации -- все это есть

- 1) журналистика
- 2) публицистика
- 3) средства массовой информации
- 4) реклама
- 5) связи с общественностью

2. Интерактивность средств массовой информации проявляется в:

- 1) чрезмерном воздействии на слушателя, читателя и зрителя;
- 2) возможности пользователя принимать участие в обсуждении информации;
- 3) распространении информации одновременно по всем видам и каналам СМИ,
- 4) активной рекламной кампании по продвижению своего «продукта» к реципиенту,
- 5) продаже отпечатанного тиража в короткие сроки.

3. Ежедневные издания делают ставку на оперативность, а еженедельные -- на:

- 1) аналитику
- 2) информативность
- 3) прогрессивность

- 4) перспективность
- 5) прагматику

4. Экономическая модель прессы предполагает преобладание роли

- 1) личных интересов медиамагната над интересами издания
- 2) окупаемости тиража
- 3) учёта читательских интересов
- 4) количества пользователей
- 5) рекламодателей над влиянием количества читателей

5. Дигитализация СМИ есть не что иное, как

- 1) отказ государства от регулирования СМИ
- 2) запрет на любую цензуру в структурах СМИ
- 3) внедрение цифровых технологий в СМИ
- 4) стремление СМИ к автономии и саморегулированию

6. Под конвергенцией массмедиа понимается

- 1) трансляция информации на иностранных языках
- 2) слияние традиционных СМИ при переводе на единую цифровую платформ
- 3) создание единого национального центра, занимающегося проблемами СМИ
- 4) переориентация органа СМИ на другую экономическую деятельность
- 5) сближение журналистики с органами власти и экономическими структурами

7. На профессиональном журналистском уровне конвергенция проявляется в (отметьте лишнее):

- 1) слиянии прежде достаточно отдаленных и разобщенных СМИ
- 2) появлении новых требований к журналисту, который должен обладать мультимедийными навыками
- 3) рождении интегрированных журналистских жанров – инфотейнмента, эдютейнмента и других.
- 4) слиянии технологий распространения и производства информации

8. В современном постиндустриальном обществе доходы в печатные органы поступают прежде всего от:

- 1) распространения тиража
- 2) издательской деятельности
- 3) маркетинговых исследований
- 4) рекламы

9. Общественное телевидение – это модель телевещания

- 1) Америки
- 2) России
- 3) Германии
- 4) Франции
- 5) Западной Европы
- 6)

10. В Китае интернет:

- 1) полностью свободен от цензуры
- 2) контролируется спецслужбами
- 3) отсутствует

- 4) контролируется Советом по прессе
- 5) ограничивается внутренней сетью

11. В Африке причиной слабого развития печатных СМИ является отсутствие:

- 1) монополий
- 2) традиции чтения
- 3) политической пропаганды
- 4) бумаги
- 5) достаточного количества грамотных людей

12. Драйв-тайм -- самое эффективное и дорогое время радиофира –

- 1) после 19.00, когда большинство людей уже пришло с работы
- 2) с 6.00 до 10.00 и с 16.00 до 19.00, когда многие едут на автомобилях на работу и с работы
- 3) вечером во время рекламной паузы на популярном телеканале
- 4) утро, когда люди собираются на работу
- 5) 21.00-23.00, когда можно собрать максимальное количество слушателей.

13. Деонтологический кодекс журналиста – это этический кодекс, в основе которого лежит категория

- 1) всеобщности
- 2) долженствования
- 3) национальной принадлежности
- 4) транснациональности
- 5) внебытийности

14. Бэкграундер – это

- 1) текущая информация, не содержащая сенсаций
- 2) доступное по цене издание развлекательного характера
- 3) набор из специализированных информационных сайтов
- 4) краткая встреча официального лица с журналистами для сообщения им важной информации
- 5) информация, содержащая сенсацию

15. Глокализация состоит в

- 1) исчезновении региональных отличий под влиянием глобализации
- 2) усилении региональных отличий для защиты от глобализации
- 3) сосуществовании глобализма и местных особенностей
- 4) отказе от следования требованиям глобализации
- 5) локализации, ограничении тенденций глобализма

16. Интерактивность масс-медиа – коммуникация, которая

- 1) воздействует на слушателя и зрителя в целях пропаганды чего-либо
- 2) нацелена на иностранную аудиторию
- 3) делает слушателя и зрителя соавтором происходящего
- 4) направлена на поддержание культурных контактов
- 5) имеет чёткую пропагандистскую значимость

17. Инфотейнмент – не что иное, как

- 1) информационный интернет-сайт без бумажных версий
- 2) комплекс структур, обеспечивающих функционирование системы
- 3) иностранная информация в виде фотоиллюстраций с небольшим текстом

- 4) информационная программа в развлекательной форме
- 5) предельно краткая новостная программа

18. Конвергенция СМИ – это процесс

- 1) потери национальными СМИ своего «лица»
- 2) вхождения национальных СМИ в международное информационное пространство
- 3) превращения региональных СМИ в общенациональные
- 4) подчинения всех СМИ государственному контролю
- 5) сближения традиционных СМИ при переводе на единую цифровую платформу

19. Ньюсмейкер в зарубежных СМИ – это человек,

- 1) интересный для читателей и зрителей и потому становящийся объектом внимания журналистов
- 2) поставляющий новости для радио и телевидения
- 3) сообщающий полезную информацию для широкой общественности
- 4) работающий в отделе новостей
- 5) работающий в отделе рекламы

20. Прайм-тайм , время, когда теле- и радиоэфир могут собрать максимальное количество зрителей и слушателей – это время

- 1) утренних сборов на работу
- 2) обеденного перерыва на работе
- 3) ночное, когда детская аудитория спит
- 4) вечернее после работы
- 5) поездки в автомобиле на работу и с работы

21. Пресс-релиз – это

- 1) человек, ведающий вопросами печати
- 2) сообщение для печати
- 3) собрание представителей СМИ для обсуждения важной информации
- 4) повестка дня собрания журналистов
- 5) приглашение на предстоящую пресс-конференцию

22. Брифингом называется

- 1) встреча официального лица с журналистами для обсуждения важной информации
- 2) приём-фуршет для журналистов
- 3) встреча официального лица с журналистами для сообщения важной информации без её обсуждения
- 4) телеконференция в режиме реального времени
- 5) интервьюирование осведомлённого официального лица

23. Прецизионная журналистика – это журналистика, важнейшим качеством которой является

- 1) актуальность публикаций
- 2) умение удовлетворить интересы наиболее претенциозной публики
- 3) скорость подачи материала
- 4) высокая точность информации
- 5) эпатаж читателей и зрителей

24. Примерами эдьютейнмента не являются

- 1) цифровые контенты, соединяющие образовательные и развлекательные элементы

- 2) компьютерные обучающие игры
- 3) интерактивные игровые энциклопедии
- 4) тип обучения, основывающийся на развлечении
- 5) любые игры

25. Этатизм – политологический термин, означающий

- 1) следование нормам этики в служебных отношениях
- 2) следование нормам делового этикета в служебных отношениях
- 3) следование правилам эстетического отношения к действительности
- 4) умение проявлять эмпатию в отношениях политических партий
- 5) активное участие государства в различных сферах общественной жизни

26. Социальная релевантность СМИ состоит в

- 1) соответствии запросам социума или его отдельных слоёв
- 2) умении манипулировать общественным сознанием
- 3) быстром реагировании на политические перемены
- 4) лояльности по отношению к власти
- 5) следовании корпоративной этике

27. Медийный мейнстрим – это

- 1) личная активность журналиста в рамках закона
- 2) приобщение к целому, являющемуся тотемом
- 3) техника нейролингвистического программирования
- 4) преобладающее направление в какой-либо области
- 5) ситуация коллапса в медиаструктуре

28. К таблоидам, таблоидному формату относится

- 1) рекламный щит, размещаемый в оживлённом месте
- 2) журнал формата А4 с большим количеством иллюстраций
- 3) газета формата А3 с большим количеством иллюстраций и небольшими текстами
- 4) рекламная газета небольшого формата
- 5) финансовая газета с информацией о котировке ценных бумаг

29. Примеры нового журнализма (отметьте лишнее)

- 1) документальный репортаж с использованием элементов вымысла
- 2) документальный репортаж с использованием элементов сюжета
- 3) документальный репортаж с использованием элементов художественной литературы
- 4) документальный репортаж, основанный на точных фактах
- 5) документальный репортаж, основанный на статистике

30. Партисипативная (партисипационная) модель СМИ исходит из необходимости

- 1) широкого и ответственного участия граждан
- 2) работы по «разгребанию грязи»
- 3) получения информации в точных науках
- 4) альянса с политикой и властью
- 5) поддержки в экономических структурах

31. Журналы общего интереса – это

- 1) неспециализированные журналы для массового читателя

- 2) «облегчённые» новостные журналы с иллюстрациями и мягким вмешательством в личную жизнь
- 3) развлекательные журналы с комиксами и сплетнями о жизни «звёзд»
- 4) журналы с большим количеством объявлений и рекламы
- 5) «толстые» литературно-критические журналы

32. Макрекерством называется журналистская деятельность, связанная с

- 1) широким вовлечением граждан в деятельность СМИ
- 2) работой по «разгребанию грязи»
- 3) получением информации в «горячих точках»
- 4) участием в пресс-конференциях, организованных властью
- 5) освещением международных событий

33. Инфографика представляет собой

- 1) работу иностранных СМИ по фотографированию военных объектов на чужой территории
- 2) информационные отчёты о командировках в «горячие точки»
- 3) статистические данные в виде цветных графиков и диаграмм
- 4) зашифрованные цифровые сообщения о военных событиях
- 5) дезинформационная деятельность на чужой территории в интересах своего государства

Примеры кейсов по дисциплине «Современные зарубежные СМИ»

КЕЙС №1. Маркетинговая стратегия СМИ.

Задание. Провести анализ состояния СМИ определенной страны.

Подготовить аналитический отчет по состоянию СМИ определенной страны (по согласованию с преподавателем). Анализ проводится по определенным критериям:

1. Паспорт страны;
2. Краткая история СМИ страны (основные этапы);
3. Современное состояние СМИ (ведущие СМИ страны);
4. Основные общественные и коммерческие СМИ;
5. Кабельное, спутниковое, цифровое ТВ;
6. Правовое регулирование СМИ;
7. Интересные факты о СМИ;
8. Ограничение на иностранных владельцев СМИ;

9. Государственный контроль СМИ;
10. Концентрация владельцев СМИ;
11. Конкуренция и доступ к иностранным СМИ;
12. Мнения международных организаций, мировые рейтинги СМИ;
13. Отзывы и экспертные оценки о состоянии СМИ в стране.

КЕЙС №2. Маркетинговая стратегия радиостанции.

Задание. Провести анализ работы радиостанции выбранной страны.

Подготовить анализ радиостанции выбранной страны. Анализ проводится по определённым критериям:

1. Год выхода в эфир, краткая история;
2. Тематическое направление радиостанции, целевая аудитория;
3. Кому принадлежит радиостанция (холдинг);
4. Интересные факты из истории радиостанции;
5. Сильные стороны радиостанции;
6. Слабые стороны радиостанции;
7. Основные привлекательные черты радиостанции;
8. Эксперты радиостанции (при наличии);
9. Качество художественного оформления, его соответствие тематике отдельных компонентов и радиостанции в целом;
10. Рейтинги радиостанции;
11. Отзывы и экспертные оценки критиков.

КЕЙС №3. Маркетинговая стратегия интернет-издания.

Задание. Провести анализ интернет-издания определенной страны.

Подготовить анализ интернет-издания определенной страны (по согласованию с преподавателем). Анализ проводится по определенным критериям:

1. Год выхода издания, краткая история издания;
2. Тематическое направление интернет-издания;
3. Кому принадлежит интернет-издание (холдинг);
4. Интересные факты из истории интернет-издания;
5. Сильные стороны интернет-издания;
6. Слабые стороны интернет-издания;
7. Основные привлекательные черты интернет-издания;
8. Эксперты интернет-издания (при наличии);
9. Качество художественного оформления, его соответствие тематике отдельных компонентов и интернет-издания в целом;
10. Рейтинги интернет-издания, упоминание и цитируемость;
11. Отзывы и экспертные оценки критиков.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Таблица 5(1)

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.3	Способность предлагать творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта
ПК-2	Способен собрать, подготовить и представить актуальную информацию по социальным общественным проблемам для населения через средства массовой информации	ПК-2.3	Способность корректировать свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией

Таблица 5(2)

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством)</i>
ПК-1.3 Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта	Студент решает творческие задачи с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта	Студент находит оптимальный способ решения
ПК-2.3 Способность корректировать свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией	Студент владеет разнообразными навыками корректировки своих творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией	Студент на высоком уровне владеет разнообразными навыками корректировки своих творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией

--	--	--

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. СМИ в современном информационном обществе.
2. От традиционных СМИ к конвергенции масс-медиа.
3. Коммуникативные революции XX-XXI вв.
4. Интернет как информационная супермагистраль.
5. Новые тенденции развития СМИ.
6. Зарубежная сетевая журналистика.
7. Инфраструктура современных зарубежных СМИ.
8. Современное зарубежное телевидение: система технологий.
9. Современное зарубежное радио: модели вещания.
10. Структура информационных ресурсов в Интернете.
11. Плюсы и минусы электронной журналистики.
12. Типы современной зарубежной периодики.
13. Течения и направления зарубежной практической журналистики.
14. Конвергентная зарубежная журналистика.
15. Дифференциализация и специализация зарубежных СМИ в XXI в.
16. Профсоюзная пресса за рубежом.
17. Военная пресса за рубежом.
18. Религиозная пресса за рубежом.
19. Направления современной зарубежной журналистики.
20. Информационные агентства и их роль в современном мире.
21. Классификация и структура зарубежных информационных агентств.
22. Манипулятивные технологии в деятельности информационных агентств.
23. Правовые основания деятельности информационных агентств.
24. Журналистика и политика в современном мире.
25. Проблемы политкорректности и мультикультурализма в зарубежных СМИ.
26. Проблема «обратной дискриминации» и концепция «угнетатели – жертвы» в современных зарубежных СМИ.
27. Зарубежная журналистика и неолиберальные ценности западной цивилизации.
28. Жанровые особенности современной зарубежной журналистики.
29. Особенности предвыборных теледебатов за рубежом.
30. Радио- и телеинтервью в зарубежной журналистике.
31. Развлекательное ток-шоу на зарубежном телевидении.
32. Реклама в зарубежных СМИ.
33. Особенности государственного регулирования СМИ в разных странах.
34. СМИ и рынок.
35. Журналистика и политика в XXI веке.
36. Модели СМИ за рубежом: общее и национальные особенности.
37. Формы, методы и приёмы информационной деятельности зарубежных СМИ в современных условиях.
38. Система и особенности работы СМИ в США.
39. Система и особенности работы СМИ в Великобритании.
40. Система и особенности работы СМИ в Германии.
41. Система и особенности работы СМИ во Франции.
42. Система и особенности работы СМИ в странах азиатского региона.
43. Система и особенности работы СМИ в Польше.
44. Система и особенности работы СМИ в Прибалтике.
45. Система и особенности работы СМИ в Украине.

46. Система и особенности работы СМИ в арабских странах.
47. Система и особенности работы СМИ в Израиле.
48. Система и особенности работы СМИ в Канаде.
49. Система и особенности работы СМИ в Китае.
50. Система и особенности работы СМИ в Японии.
51. Система и особенности работы СМИ в Австралии.
52. Система и особенности работы СМИ в Африке.
53. Мировые тенденции развития СМИ в XXI веке.
54. Образ России в современных зарубежных СМИ.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 28 августа 2014 г. №168 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Схема расчетов сформирована в соответствии с учебным планом направления, согласована с руководителем научно-образовательного направления, утверждена деканом факультета. Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

На основании п. 14 Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС в институте принята следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Расчет итоговой рейтинговой оценки:

Таблица 6

Количество баллов	Оценка	
	прописью	буквой
96-100	отлично	А
86-95	отлично	В
71-85	хорошо	С
61-70	хорошо	D
51-60	удовлетворительно	Е

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

Таблица 7

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 для устного опроса на семинарах)	Корректность и полнота ответов	Полный, развернутый и подкрепленный языковыми примерами ответ – 2 балла Неполный ответ – 1 балл Неверный ответ – 0 баллов
Защита проектов	Презентация по итогам разработки проекта защищена на семинарском занятии	Презентация выполнена без ошибок – 25 баллов Презентация выполнена полностью, но отдельные фрагменты презентации содержат ошибки, защищены не все позиции презентации – 15 баллов Задание не выполнено – 0 баллов
Собеседование по терминам	Знание понятийно-терминологического аппарата дисциплины	Каждый студент дает определение 10-ти терминам. Каждый правильно истолкованный термин – 1 балл
Тестирование	Процент правильных ответов на вопросы теста	Менее 60% – 0 баллов 61 – 75% – 6 баллов 76 – 90% – 8 баллов 91 – 100% – 10 баллов
Зачет	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением языковых примеров	Полный иллюстрированный ответ – 8 баллов Неполный ответ с языковыми примерами – 6 баллов Неполный ответ без языковых примеров – 3 балла Неполный ответ и незнание понятийно-терминологического аппарата дисциплины – 0 баллов

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

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.

Самостоятельная внеаудиторная работа по дисциплине предусматривает:

- 1) составление словаря терминов для подготовки к собеседованию по терминам;
- 2) разработка проекта в творческой группе с последующей публичной защитой презентации проекта.

Целью самостоятельной работы является расширение и углубление теоретических знаний по семиотике и семантике.

Собеседование по терминам. Словарь терминов (80 терминов указаны в разделе 4.2) составляется в отдельной тетради. При подготовке словаря терминов студент использует литературу из списка основной и дополнительной литературы, а также материалы лекций. Проверка данного вида работы осуществляется на последнем семинарском занятии путем собеседования по терминам: каждый студент должен без дополнительного времени на подготовку дать определение не менее чем 10 терминам (на выбор преподавателя) из списка терминов.

Защита проектов. Студенты распределяются на творческие группы по 2 человека и самостоятельно готовят доклад по одной из тем по истории русской семиотики (темы проектов в разделе 4.2). По материалам этой работы студенты готовят презентацию-отчет, с которой выступают на публичной защите проекта на семинарских занятиях № 3-4. Регламент для защиты проекта – 15 минут. Оба участника проектной группы получают одинаковое количество баллов за защиту презентации-проекта.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Экзамен будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов для экзамена и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения экзамена могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеокamеры. Видеокamеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для экзамена, преподаватель имеет право выставить оценку «неудовлетворительно».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к экзамену.

**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. Быков, А. Ю. История зарубежной журналистики : учебник для бакалавров / А. Ю. Быков, Е. С. Георгиева, С. А. Михайлов ; под общ. ред. С. А. Михайлова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 366 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3270-6. <https://idp.nwipa.ru:2920/book/A1DA8571-0681-4C43-9CB8-4F8C0111268E>
2. Голядкин, Николай Алексеевич. История отечественного и зарубежного телевидения : [учеб. пособие для вузов] / Н. А. Голядкин. - Изд. 3-е, испр. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 190 с. <http://www.iprbookshop.ru/9022.html>
3. Энциклопедия мировой индустрии СМИ : [учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030600 "Журналистика" для ГОС-2 и направлению подготовки ВПО 031300 "Журналистика" для ФГОС / М. В. Блинова и др.] ; отв. ред. Е. Л. Варганова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2013. - 464 с.

6.2. Дополнительная литература

1. Алиева М.М. Глобализация телевизионных новостей: компания Си-эн-эн / М.М. Алиева // США - Канада: Экономика, Политика, Культура. - 2012. - N. 12. - С. 79-97
2. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 269 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — <https://www.biblio-online.ru/book/CE7E69D8-C5A8-4C4F-869B-E367698E81D3>
3. Варганова Е.Л. Медиаиндустрии в Европе: современные вызовы / Е.Л. Варганова // Вестник МГУ. Сер. Журналистика. - 2012. - N. 5. - С. 12-35
4. Зубок, Алексей Сергеевич. Телевизионная индустрия США : учеб. пособие : соответствует Федер. гос. образоват. стандарту 3-го поколения / А. С. Зубок. - М. : Вузовский учебник [и др.], 2015. - 255 с.
5. Калягин Б.А. Характерные черты современной прессы США / Б.А. Калягин // Вестник МГУ. Сер. Журналистика. - 2012. - N. 3. - С. 116-131
6. Кинг, Ларри. Путь журналиста : [пер. с англ.] / Ларри Кинг ; [при участии Кэла Фассмена]. - М. : Альпина Паблишер, 2015. - 288 с.
7. Литвиненко, Анна Александровна. Газеты Германии в XXI веке: от кризиса к модернизации / Анна Литвиненко. - М. : КМК, 2011. - 171 с.
8. Пую А.С. Арабское телевидение: от регионализации к глобализации / А.К. Пую, А.А. Садыхова // Вестник МГУ. Сер. Журналистика. - 2012. - N. 6. - С. 8-23

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 мультidisциплинарным 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. Нормативно правовые документы

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

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).

Таблица 9

№ 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, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.