

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 18.05.2026 15:05:53
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.24 Теория и практика массовой информации
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным
планом)

42.03.05 «Медиакоммуникации»
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Медиапродюсирование и медиаменеджмент
(наименование образовательной программы)

очная
(форма обучения)

Год набора - 2026

Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Юмашева И.А., к.пед.н., доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Заведующий кафедрой:

Ким М.Н., д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Рабочая программа дисциплины Б1.О.24 «Теория и практика массовой информации» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий Северо-западного института управления.

протокол № 4 от «9» апреля 2026 г.

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. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. 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

Дисциплина Б1.О.24 «Теория и практика массовой информации» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС <i>(при наличии)**</i>	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
	ОПК-3	способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1.	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	ОПК-3.1. 3-1. Знает отечественный культурный процесс
					ОПК-3.1. 3-2. Знает мировой культурного процесса
					ОПК-3.1. У-1. Умеет продемонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
			ОПК-3.2.	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных	ОПК-3.2. 3-1. Знает достижения отечественной и мировой культуры
					ОПК-3.2. 3-2. Знает средства художественной выразительности
					ОПК-3.2. У-1. Умеет

				коммуникационны х продуктов	учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественно й выразительност и в процессе создания текстов рекламы и связей с общественност ью и (или) иных коммуникацио нных продуктов
--	--	--	--	--------------------------------	--

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

3 семестр:

Общая трудоемкость – 2 зачетных единицы, 72 ак. ч.

Контактная работа – 40 ак.ч.

Лекции – 16 ак.ч.

Практические занятия – 20 ак.ч.

Самостоятельная работа – 32 ак.ч.

Контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий – 4 ак.ч.

4 семестр:

Общая трудоемкость – 3 зачетных единицы, 108 ак. ч.

Контактная работа – 47 ак.ч.

Лекции – 12 ак.ч.

Практические занятия – 24 ак.ч.

Самостоятельная работа – 43 ак.ч.

Консультации перед экзаменом – 2 ак.ч.

Самостоятельная работа на подготовку к экзамену – 18 ак.ч.

Контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий – 9 ак.ч.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.О.24 «Теория и практика массовой информации» относится к обязательным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникации».

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

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей практической коммуникационной деятельности.

Учебная дисциплина Б1.О.24 «Теория и практика массовой информации» относится к обязательным дисциплинам по направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникации».

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 и теория культуры и медиа», «Основы теории коммуникации». Содержание данного курса в дальнейшем получит более углубленное раскрытие в таких учебных дисциплинах, как «Стратегии и тактики онлайн-продвижения», «Производство и распространение аудиовизуальной информации».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziu-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. Структура дисциплины

Очная, 3 семестр

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
		ВСЕГО	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат.тэк	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Предмет «Теория и практика массовой информации»	16	4			4							8	УО, Д	
Тема 2	Теория журналистики и методика журналистского	16	4			4							8	УО, Д	

	о творчества													
Тема 3	Организация работы редакции. Журналистский корпус. Профессиональная идентичность журналиста. СМИ как предприятие: рынок современной прессы	18	4			6							8	УО, Д
Тема 4	Профессионально-этические нормы и правила: законодательство в сфере журналистики	18	4			6							8	УО, Д
Промежуточная аттестация		4							4					зачет
Итого за 3 семестр		72	16			20			4				32	

Очная, 4 семестр

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 5	СМИ и связи с общественностью – система взаимодействия	20	3		6							11	УО, Д		
Тема 6	Теории пропаганды	20	3		6							11	УО, Д		
Тема 7	Теории ограниченных медиаэффектов	20	3		6							11	УО, Д		

Тема 8	Современные теории медиавоздействия	19	3			6						10	УО, Д
Промежуточная аттестация		29						2	9			18	экзамен
Итого за 3 семестр		108	12			24		2	9			18	43
Итого		180	28			44		2	12			18	75

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

УО – устный опрос

Д – доклад

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Предмет «Теория и практика массовой информации» (ОПК-3.1).

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 (ОПК-3.1.)

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 (ОПК-3.2.)

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, аудитории, 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 (ОПК-3.2.)

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 Милтон 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 (ОПК-3.2).

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.

Тема 6. Теории пропаганды (ОПК-3.2.)

Основные положений теорий пропаганды. Влияние бихевиоризма и фрейдизма на формирование теорий пропаганды. Теория «волшебной пули» (Г. Лассуэлл). Медийные стереотипы и общественное мнение (У.Липпман). Критика теорий пропаганды.

Тема 7. Теории ограниченных медиаэффектов (ОПК-3.2.)

Основные положений теорий ограниченных эффектов (Б. Берельсон, К. Ховланд). Концепция лидеров мнения и модель двухступенчатого потока коммуникации Э. Каца и П. Лазарсфельда. Психологическая модель воздействия ТВ (Г. Комсток). Влияние теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера на медиаисследования.

Тема 8. Современные теории медиавоздействия (ОПК-3.2.)

Социально-когнитивная теория А.Бандуры как основа. Исследований медиавоздействия. Концепция прайминга (А. Бандура, Л. Берковиц, Г. Комсток, Р. Горансон и др.). Гипотеза культивации (Дж. Гербнер). Теория диффузии инноваций (Э.Рожерс). Теория использования и удовлетворения (Дж. Клэппер, Э. Кац, М. Гуревич, А.Рубин, К.Розенгрэн, С. Уиндал, Б. Гринберг). Теория разрыва в знаниях (Р. Tichenor, G. Donohue, C. Olien). Модель зависимости медиаэффектов (С. Болл-Рокич, М. ДеФлуэр). Теория повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу, Ш.Ийенгар, Д. Киндер, Г. Цукер, Д. Вивер). Концепция «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман). Концепция «усталости сострадать» (К. Kinnick, D. Krugman, G. Cameron).

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

1.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1. О. 24 «Теория и практика массовой информации» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также

«ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

Устный опрос, доклад

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

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

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Социально-политические реформы, возникновение и развитие журналистики. Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке.

Вопрос 2. 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.

Вопрос 3. 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.

Вопрос 4. 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.

Вопрос 5. 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.

Вопросы для докладов:

1. Предыстория журналистики.
2. Дожурналистский опыт массовой коммуникации человечества.
3. Развитие устных и письменных форм массовоинформационной деятельности.
4. Социально-исторические, информационные, материально-технические предпосылки возникновения журналистики.
5. Характеристика информационных революций.
6. Социально-политические реформы общества и журналистика.
7. Массовая информация на ранних этапах развития массовой коммуникации.
8. Коммуникативная природа журналистики.
9. Развитие массовой прессы в западных странах.

Тема 2. Теория журналистики и методика журналистского творчества

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Журналистское творчество как профессиональная деятельность. Научное творчество в сфере журналистики.

Вопрос 2. Особенности научно-исследовательской деятельности. Методы исследования журналистики, их эволюция.

Вопрос 3. 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.

Вопрос 4. 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.

Вопрос 5. Методы сбора информации в журналистике. Журналистское произведение. Информационные жанры: заметка, отчет, репортаж, интервью.

Вопрос 6. Аналитические жанры: статья, корреспонденция, рецензия, обозрение, обзор СМИ, письмо. Художественно-публицистические: очерк, зарисовка.

Вопрос 7. Художественно-публицистические сатирические жанры: фельетон, памфлет, пародия, эпиграмма и др. Особенности жанров на радио и телевидении.

Вопрос 8. Журналистское расследование как жанр, его особенности.

Вопрос 9. Методы получения сведений в процессе журналистского расследования.

Вопрос 10. 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.

Вопросы для докладов:

1. Концепция нового политического мышления, и ее воздействие на прессу, радио и телевидение. Законы СССР и РФ о средствах массовой информации.
2. Ведущие темы прессы Российской Федерации в период перестройки.
3. Изменения содержания массовой информации и системных характеристик СМИ в условиях реформирования российского общества.
4. Периодическая печать, телевидение, радиовещание Российской Федерации в конце XX в. СМИ и идеи рыночного хозяйства в России.
5. Новые периодические издания, радиостанции и телеканалы на информационном рынке страны.
6. Процесс репрофилирования российской прессы с 1991 г.
7. Массовая информация и массовая коммуникация. Роль журналистики в обществе и социальном управлении.
8. Социальные роли и функции журналистики.

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

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Современные средства массовой информации России. Структура организации СМИ.

Вопрос 2. Содержание массовой информации СМИ Российской Федерации. Модели журналистики. Системные характеристики СМИ.

Вопрос 3. Типология современной российской периодической печати, телевидения, радиовещания. Спутниковое, кабельное и эфирное телевидение.

Вопрос 4. Электронные версии современных газет. Российские СМИ в Интернете. Конвергентная журналистика. Российская Федерация и мировое информационное пространство.

Вопрос 5. 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.

Вопрос 6. Журналистская информация как товар, редакция как производственное учреждение. Стандарты качества информации. Экономические цели редакции.

Вопрос 7. 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.

Вопрос 8. Бизнес-планирование в редакции. Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ. Комплекс, коммуникации, этапы маркетинга.

Вопрос 9. Служба маркетинга СМИ. Позиционирование и сегментирование изданий. Изучение информационного рынка: рынка массовой информации, рабочей силы СМИ, материалов, распространителей, аудитории, технического и издательского рынка. Анализ собственного СМИ и конкурирующих изданий. Распространение издания.

Вопрос 10. Ценообразование. Бюджет газеты, телерадиокомпании, информационного агентства. Современный менеджмент и СМИ. Особенности редакционного менеджмента.

Вопрос 11. 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.

Вопрос 12. 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).

Вопрос 13. Коммерческие службы редакции: отдел рекламы, газетный менеджер. Научная организация труда в редакции. Инструментарий современного журналиста. Штатное расписание редакций. Материально-технические средства производства периодических изданий.

Вопрос 14. 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.

Вопрос 15. 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.

Вопрос 16. Фотоснимок и текст к нему в композиционно-графической модели издания. Фоторепортаж, его оформление. Фотореклама.

Вопрос 17. 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.

Вопрос 18. Понятие эффективности, действенности журналистики. Проблема восприятия, усвоения журналистского произведения аудиторией.

Вопросы для докладов:

1. Журналистская информация как товар, редакция как производственное учреждение.
2. Стандарты качества информации.

3. Экономические цели редакции.
4. Рынок типографских услуг, периодических изданий и потребителей информационной продукции.
5. Три этапа массово-информационного процесса
6. Процессы концентрации и монополизации СМИ. Новые формы организации информационных предприятий (издательские дома, группы, концерны, холдинги, «империя СИМ» и т.п.).
7. Классификационные признаки СМИ, методы и методики типологического анализа. Перспективные модели развития типологических групп СМИ.

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

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Профессиональная и служебная этика журналиста. Кодекс как механизм саморегуляции в журналистских сообществах. Своеобразие журналистского творчества и особенности профессиональных качеств личности корреспондента.

Вопрос 2. 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.

Вопрос 3. Понятие «компромата»; проблема «скрытой» рекламы; проблема факта и комментария. Журналист и его герои. Редакционный коллектив и нормы служебной этики.

Вопрос 4. Возрастание роли профессионально-этических норм в журналистской деятельности в условиях перехода к информационному обществу и конституционного закрепления свободы слова. Профессиональная культура журналиста.

Вопрос 5. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности. Свобода печати и журналистская деятельность. Джон Милтон о свободе печати. Свобода, необходимость, ответственность применительно к теории и практике журналистики. Экономические условия и факторы свободы СМИ. Юридические аспекты свободы журналистики.

Вопрос 6. Законодательство России о СМИ и концепция свободы печати. Правовая регламентация деятельности журналиста. Основы информационно права. Свобода мысли и слова. Отмена цензуры.

Вопрос 7. Законодательная ответственность за достоверность информации. Организация и деятельность СМИ как предмет правового регулирования.

Вопрос 8. 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.

Вопросы для доклада:

1. Исторические типы журналистики
2. Идеино-теоретические концепции журналистики
3. Модели журналистики
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
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 5. СМИ и связи с общественностью – система взаимодействия

Вопросы для устного опроса:

Вопрос 1. СМИ и связи с общественностью как информационно-социальные системы.

Вопрос 2. 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.

Вопрос 3. 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.

Вопрос 4. 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.

Вопрос 5. 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.

Вопросы для доклада:

1. Место и роль публицистики в журналистской деятельности.
2. Информационные жанры в творческой деятельности журналиста.
3. Характеристика аналитических жанров.
4. Художественно-публицистические жанры в журналистской деятельности. Сатирические жанры.
5. Жанры радиожурналистики, особенности их реализации.
6. Верстка и печать.
7. Теория диффузии инноваций (Э.Рожерс).
8. Теория использования и удовлетворения (Дж. Клэппер, Э. Кац, М. Гуревич, А.Рубин, К.Розенгрэн, С. Уиндал, Б. Гринберг).

Тема 6. Теории пропаганды

Вопросы для устного опроса:

Вопрос 1. Основные положений теорий пропаганды.

Вопрос 2. Влияние бихевиоризма и фрейдизма на формирование теорий пропаганды.

Вопрос 3. Теория «волшебной пули» (Г. Лассуэлл).

Вопрос 4. Медийные стереотипы и общественное мнение (У.Липпман). Критика теорий пропаганды.

Вопросы для доклада:

1. Теория диффузии инноваций (Э.Рожерс).
2. Теория использования и удовлетворения (Дж. Клэппер, Э. Кац, М. Гуревич, А.Рубин, К.Розенгрэн, С. Уиндал, Б. Гринберг).
3. Теория разрыва в знаниях (Р. Tichenor, G. Donohue, C. Olien).
4. Модель зависимости медиаэффектов (С. Болл-Рокич, М. ДеФлуэр).

Тема 7. Теории ограниченных медиаэффектов.

Вопросы для устного опроса:

Вопрос 1. Основные положений теорий ограниченных эффектов (Б. Берельсон, К. Ховланд).

Вопрос 2. Концепция лидеров мнения и модель двухступенчатого потока коммуникации Э. Каца и П. Лазарсфельда.

Вопрос 3. Психологическая модель воздействия ТВ (Г. Комсток).

Вопрос 4. Влияние теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера на медиаисследования

Вопросы для доклада:

1. Классификационные признаки СМИ, методы и методики типологического анализа. Перспективные модели развития типологических групп СМИ.
2. Типология органов и основные типологические группы современной российской журналистики (качественные и массовые издания, каналы, программы; органы информации различной функционально-целевой, предметно-тематической, направленности; рассчитанные на определенные группы аудитории, разной периодичности).
3. Структура массово-информационной деятельности: сбор, обработка, компоновка, передача, восприятие, трансформация, хранение и использование массовой информации.

Тема 8. Современные теории медиавоздействия

Вопросы для устного опроса:

Вопрос 1. Социально-когнитивная теория А.Бандуры как основа.

Вопрос 2. Исследований медиавоздействия.

Вопрос 3. Концепция прайминга (А. Бандура, Л. Берковиц, Г. Комсток, Р. Горансон и др.).

Вопрос 4. Гипотеза культивации (Дж. Гербнер). Теория диффузии инноваций (Э.Рожерс).

Вопрос 5. Теория использования и удовлетворения (Дж. Клэппер, Э. Кац, М. Гуревич, А.Рубин, К.Розенгрэн, С. Уиндал, Б. Гринберг).

Вопрос 6. Теория разрыва в знаниях (Р. Tichenor, G. Donohue, C. Olien).

Вопрос 7. Модель зависимости медиаэффектов (С. Болл-Рокич, М. ДеФлуэр).

Вопрос 8. Теория повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу, Ш.Ийенгар, Д. Киндер, Г. Цукер, Д. Вивер).

Вопрос 9. Концепция «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман). Концепция «усталости сострадать» (К. Kinnick, D. Krugman, G. Cameron).

Вопросы для доклада:

1. Теория разрыва в знаниях (Р. Tichenor, G. Donohue, C. Olien).
2. Модель зависимости медиаэффектов (С. Болл-Рокич, М. ДеФлуэр).
3. Теория повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу, Ш.Ийенгар, Д. Киндер, Г. Цукер, Д. Вивер).
4. Концепция «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман).
5. Концепция «усталости сострадать» (К. Kinnick, D. Krugman, G. Cameron).

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ

составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Тема 1, Тема 2 – ОПК-3.1.

Доклад:

1. Журналистика как массово-информационная деятельность.
2. Понятия «информация» и «массовая информация».
3. Массовая информация как продукт массово-информационной деятельности.
4. Свобода журналистики как базовая основа функционирования средств массовой информации.
5. Становление и характер концепций свободы: авторитарной, либеральной (полной свободы), социальной ответственности. Современные подходы и решения.
6. СМИ как четвертая власть.

КТ – 2.

Тема 3, Тема 4– ОПК-3.2.

Устный опрос (фронтальный)

1. Идеино-теоретические концепции журналистики

2. Модели журналистики
3. Социальные роли и функции журналистики.
4. Функции социальных сетей, журналистика блогов. Интернет издания, СМИ он-лайн.
5. Современные западные и отечественные подходы в теории журналистики
6. Журналистская деятельность как разновидность общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации.
7. Классификация методов исследования, применяемых в журналистике и для изучения журналистики.
8. Методы сбора информации в журналистике.

КТ – 3.

Тема 5, Тема 6, Тема 7, Тема 8 – ОПК-3.2.

Доклад:

1. Место и роль публицистики в журналистской деятельности.
2. Информационные жанры в творческой деятельности журналиста.
3. Характеристика аналитических жанров.
4. Художественно-публицистические жанры в журналистской деятельности. Сатирические жанры.
5. Жанры радиожурналистики, особенности их реализации.
6. Верстка и печать.
7. Теория диффузии инноваций (Э.Рожерс).
8. Теория использования и удовлетворения (Дж. Клэппер, Э. Кац, М. Гуревич, А.Рубин, К.Розенгрэн, С. Уиндал, Б. Гринберг).

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания устного опроса:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	2,5	<i>Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами</i>
<i>Грамотность изложения</i>	2,5	<i>Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации</i>
<i>Стилистика</i>	2,5	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
<i>Логика изложения и</i>	2,5	<i>Чёткая последовательность</i>

<i>оригинальность</i>		<i>изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы. Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
Итого максимально:	10	

2. Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	2,5	<i>Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами</i>
<i>Грамотность изложения</i>	2,5	<i>Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации</i>
<i>Стилистика</i>	2,5	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
<i>Логика изложения и оригинальность</i>	2,5	<i>Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы. Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
Итого максимально:	10	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Дополнительные материалы и оборудование не требуются.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме в 3 семестре *зачета*, в 4 семестре - *экзамена*.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Перечень вопросов к зачету (3 семестр)

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.

Перечень вопросов для подготовки к экзамену (4 семестр)

1. Место и роль публицистики в журналистской деятельности.
2. Информационные жанры в творческой деятельности журналиста.
3. Характеристика аналитических жанров.

4. Художественно-публицистические жанры в журналистской деятельности. Сатирические жанры.
5. Жанры радиожурналистики, особенности их реализации.
6. Система управления редакционным коллективом.
7. Редакционные процессы при выпуске печатных СМИ.
8. Верстка и печать.
9. Информационный рынок: структура, условия функционирования.
10. Законодательное обеспечение свободы слова и информации в Российской Федерации в постсоветский период.
11. Нравственные основы журналистской деятельности.
12. Профессиональная и служебная этика журналиста.
13. СМИ и связи с общественностью как социальные институты коммуникации.
14. Социально-когнитивная теория А.Бандуры как основа исследований медиавоздействия.
15. Концепция прайминга(А. Бандура, Л. Берковиц, Г. Комсток, Р. Горансон и др.).
16. Гипотеза культивации (Дж. Гербнер).
17. Теория диффузии инноваций (Э.Рожерс).
18. Теория использования и удовлетворения (Дж. Клэппер, Э. Кац, М. Гуревич, А.Рубин, К.Розенгрэн, С. Уиндал, Б. Гринберг).
19. Теория разрыва в знаниях (Р. Tichenor, G. Donohue, C. Olien).
20. Модель зависимости медиаэффектов (С. Болл-Рокич, М. ДеФлуэр).
21. Теория повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу, Ш.Ийенгар, Д. Киндер, Г. Цукер, Д. Вивер).
22. Концепция «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман).
23. Концепция «усталости сострадать» (К. Kinnick, D. Krugman, G. Cameron).
24. Воздействие медианасилия. Воздействие сексуально откровенного контента.
25. Страх и тревога, вызванные медиапродукцией.
26. Воздействие новостей. Воздействие информационных кампаний.
27. Воздействие рекламы.
28. Воздействие политической пропаганды.
29. Воздействие стереотипного изображения меньшинств.
30. Воздействие развлекательных медиатекстов.
31. Исследования Интернет-зависимости.

Пример практического задания для зачета

Задание. На основе анализа текста и знаний по дисциплине «Теория и практика массовой информации» составьте свое мнение о понятии «свободы печати».

Джон Мильтон (1608–1674) – английский поэт, писатель, публицист. В Англии в 1642–1646 и 1648–1649 годах шла гражданская война, которая привела к казни короля Карла I в 1649 году и отмене цензуры. В это время расцветает политическая журналистика, в рамках которой Дж. Мильтон выступает против монархии и ратует за республику. В 1644 году Дж. Мильтон опубликовал без разрешения цензуры памфлет «О свободе печати. Речь к английскому парламенту (Ареопагитика «Areopagitica: A Speech for the Liberty of unlicensed Printing to the Parliament of England»). Главная идея памфлета – «цензура бесполезна, вредна и унижает человеческое достоинство». Взяв за основу форму античной речи и подражая древним мудрецам, Дж. Мильтон дал исторический обзор притеснений печати и подвел читателей к выводу, что все эти стеснения порождены инквизицией. Дж. Мильтон трактует цензуру как неуважение и на индивидуальном, и на групповом уровне – «неуважение к ученому, унижение нации». Дж. Мильтон разбирает личные и профессиональные качества цензоров, выписывая абстрактный и недостижимый, по его мнению, образ идеального цензора. Умный, образованный, интеллигентный человек, по мнению Дж. Мильтона, заниматься цензурой не станет, не будет тратить своё время на то, чтобы «убирать из книг какие-либо мысли», и поэтому большинство цензоров – «люди невежественные, властные и нерадивые». По его мнению, цензоры будут «выедать из книг все то, что не соответствует их невежественному пониманию, или даже подвергать книги уничтожению». Важный момент в «Ареопагитике» – неизбежность столкновения цензуры с культурой. «Цензура приносит вред тем, что запрещает вредные книги». Ученый размышляет, по каким параметрам государство выбирает цензоров: «Государство может управлять мной, но не критиковать меня; оно так же легко может ошибаться в цензоре, как цензор в авторе». Когда была восстановлена цензура, однако, Дж. Милтон стал работать цензором печати. Он считал, что «за неимением идеального цензора лучше ему заниматься экспертизой книг и газет, нежели полуграмотному, невежественному и косному человеку, какими были большинство цензоров».

Говоря о свободе печати, Дж. Мильтон имел в виду лишь «лучших людей», средний класс, не распространяя действие этого принципа на низы, так как считал, что свобода и власть «черни» не доступны. Идеи Дж. Мильтона легли в основу английской концепции свободы печати, разработанной в Билле о правах в 1689 г. Эта концепция также называется мильтоновской.

Пример практического задания для экзамена

Задание. Порекомендуйте 6 заголовков к тексту по типологии М. И. Шостак.

Исследователь М. И. Шостак предлагает классификацию типов заголовков СМИ и приёмы их различения:

1. Заголовок — хроника. Такой заголовок сообщает о самой главной информации, заключенной в тексте статьи.

2. Заголовок — «бегущая строка». В качестве заголовка выступает самое начало материала, переходящее в текст.

3. Заголовок — констатация и резюме. Такой заголовок косвенно повествует о каком-либо событии, скрывает его прямые оценки, подается в ироничной или игровой форме.

4. Заголовок — цитата (прямая или косвенная). Заголовки такого рода позволяют удвоить интерес читателей.

5. Заголовок-интрига и сенсация. Такой заголовок указывает на факт, не раскрывая его полностью, заинтересовывая и побуждая читать статью дальше.

6. Заголовок — лозунг и призыв, обращение. Чаще всего заголовки такого типа содержат в себе узнаваемое выражение, словосочетание, призыв.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации

Тема 1 – Тема 2. ОПК-1.1.

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа:	Выберите один вариант ответа: Какая из следующих теорий массовой информации утверждает, что медиа оказывают активное воздействие на общественное мнение и формируют общественные представления? 1. Модель штормового потока 2. Теория социальной реальности 3. Гиподермическая модель 4. Модель двухстороннего взаимодействия
Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа:	Выберите один вариант ответа: Что такое «фильтр медийного содержания», согласно теории культурных индустрий? 1. Система рейтингов телеканалов 2. Авторский контроль 3. Процесс отбора и фильтрации информации 4. Технологии передачи данных
Закрытое (на сопоставление)	Соотнесите понятие и его содержание:	Установите соответствие между определением и его содержанием 1) agenda-сеттинг 2) третья волна 3) Контент-анализ а) влияние выбора темы на восприятие общественности массовых коммуникаций

		<p>б) совокупность формализованных исследовательских методик, применяемых в гуманитарных науках для анализа содержания текстов, речи, изображений, интернет-сайтов, видеоматериалов и др. продуктов коммуникации</p> <p>в) Интеграция интернета и цифровых технологий в медийное пространство</p>
Закрытое (на сопоставление)	Сопоставьте понятие и его содержание:	<p>Установите соответствие между видом цветовой схемы и изображением</p> <p>1) массовая информация</p> <p>2) Брифинг</p> <p>3) Масс-медиа</p> <p>а) встреча официальных лиц с представителями средств массовой информации, на которой вкратце излагается официальная позиция по определенному вопросу или позиция, согласованная сторонами, участвовавшими в переговорах, заседаниях.</p> <p>б) средства массовой коммуникации, через которые информацию публично распространяют на широкую аудиторию</p> <p>в) дифференцированные по различным признакам (возрастным, социальным, профессиональным, образовательным, национальным и др.) группы, контактирующие с медиа</p>

Тема 3 – Тема 8. ОПК-3.2.

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Закрытое (на сопоставление)	Сопоставьте понятие и его содержание:	<p>Сопоставьте понятие и его содержание:</p> <p>1. Инфократия</p> <p>2. Информационная война</p> <p>3. Информационное поле</p> <p>А. война, осуществляемая бизнес-группами, в первую очередь при помощи средств массовой информации в целях расширения и реструктуризации бизнеса посредством воздействия на массовое и индивидуальное сознание путем изменения существующей в его сознании картины мира</p> <p>Б. власть информации</p> <p>В. совокупность сосредоточенной в данном объеме пространства и времени информации безотносительно к ее форме и состоянию, находящейся в отрыве как от объекта отражения, так и от субъекта восприятия</p>
Закрытое (на сопоставление)	Сопоставьте понятие и его содержание:	<p>Сопоставьте понятие и его содержание:</p> <p>а) Информационный процесс</p> <p>б) Качественные издания</p> <p>в) Контрпропаганда</p> <p>1) здания с ведущими функциями аналитической и информационной, превалярованием фактов над мнениями, способные оперативно организовать беспристрастный широкий информационный поток наиболее социально значимых сведений</p> <p>2) совокупность интеллектуальных процессов, происходящих в аппаратах мышления людей, и процессов приема, хранения, обработки и передачи данных, инициирующих соответствующую информацию</p> <p>3) пропаганда, направленная на внутреннего и внешнего оппонента (противника) в целях</p>

		разоблачения, опровержения его доводов, утверждений по тем или иным позициям
Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение:	...- это массовое периодическое издание, публикующее в первую очередь текущие события и обзорно-аналитические материалы
Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение:	...- это важная составная часть внешней и внутренней политики государства, охватывающая все сферы жизнедеятельности общества

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	30-39
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>	20-29
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих</i>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Дополнительные материалы и оборудование не требуются.

7. Методические материалы 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.

Доклад — вид самостоятельной научно — исследовательской работы, в которой автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Требования к оформлению письменного доклада:

Доклад состоит из нескольких основных частей: титульный лист, оглавление (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт), введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы), основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос), заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада), список литературы.

Список литературы составляется в алфавитном порядке в конце реферата по определенным правилам:

- Описание книг (*Автор(ы). Заглавие. — Место издания: Издательство, год издания. — Страницы*);
- Описание сборников (*Заглавие. — Место издания: Издательство, год издания. — Страницы*);
- Описание статей (*Автор(ы). Заглавие //Название журнала (газеты). — Год. — Номер. — Страницы статьи*);
- Ссылки на интернет источники

Технические требования при написания доклада: Формат – rtf, doc, (odt). Текст доклада должен быть подготовлен с использованием шрифта Times New Roman. Объем доклада не должен превышать 5 страниц А4 (210 мм x 297 мм, левое поле 21 мм, верхнее поле 20 мм, правое поле 21 мм, нижнее поле 20 мм), включая рисунки, таблицы, ссылки. Название доклада – размер шрифта 16 пт, полужирный, заглавные буквы, выравнивание по центру, одинарный интервал. Текст доклада набирается шрифтом, размером 14 пт, с полуторным интервалом. Список литературы (12 пт) нумеруется, и номера ссылок приводятся в тексте в квадратных скобках.

Общие требования к оформлению презентации: Формат – ppt (pptx). Презентация не должна быть меньше 10 слайдов. Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, отчество автора.

Следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные моменты презентации. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста. Последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.

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 к экзамену 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 зачета 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 видеорекамеры. Видеорекамеру 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 зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

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 зачету.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Ким М. Н. Основы теории журналистики. Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. – «Издательский дом «Питер»», 2021. – 532 с.

2. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 603 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15379-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510820> (дата обращения: 19.12.2022).

8.2. Дополнительная литература

1. Ачкасов В. А. и др. Коммуникативные технологии в процессах политической мобилизации. – Общество с ограниченной ответственностью ФЛИНТА, 2016.

2. Кириллова, Н. Б. Медиapolитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493447> (дата обращения: 19.12.2022).

3. Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14550-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512120> (дата обращения: 19.12.2022).

4. Свитич, Л. Г. Актуальные проблемы современной науки и журналистика : учебник и практикум для вузов / Л. Г. Свитич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04949-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512578> (дата обращения: 19.12.2022).

5. Сосновская А.М. Деловая коммуникация и переговоры. – СПб.: Изд-во СЗАГС, 2011. — http://idp.nwira.ru:2056/pdf/trudi_prepod/Delcomm_sosnovskaya.pdf

6. Политическая журналистика : учебник для вузов / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под редакцией С. Г. Корконосенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00255-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511187> (дата обращения: 19.12.2022).

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Закон Р. Ф. О средствах массовой информации //Закон о СМИ) от. – 1991. – Т. 27. – С. 2124-1.

О рекламе: Федеральный Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 07.06.2013 № 108-ФЗ). — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (дата обращения 19.12. 2022).

8.4 Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

1) <http://www.gramota.ru>

2) <http://www.slovari.ru>

9. 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).

№ 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.