

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Хоружий Людмила Ивановна
 Должность: Директор института экономики и управления АПК
 Дата подписания: 15.07.2023 17:47:06
 Уникальный программный ключ:
 1e90b132d9b04dce67585160b015ddd2cb1e6a9



УТВЕРЖДАЮ:

Директор Института экономики и
 управления АПК

д.э.н., проф. Хоружий Л.И.

«*Л.И. Хоружий*» 20*23* г.

Лист актуализации рабочей программы дисциплины

Б1.О.05.05 «Теория и практика медиакоммуникаций» для подготовки бакалавров

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 Направленность: Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфере АПК)
 Форма обучения очная
 Год начала подготовки 2019
 Курс 1
 Семестры 2,3

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- 1) Заменить таблицу 2 «Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам»

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Всего час.	В том числе по семестрам	
		№ 2	№ 3
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	216	108	108
1. Контактная работа:	102,65	50,25	52,4
Аудиторная работа	в том числе:		
лекции (Л)	32	16	16
практические занятия (ПЗ)	68	34	34
консультации	-	-	2
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,65	0,25	0,4
2. Самостоятельная работа (СРС)	113,35	57,75	55,6
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, и т.д.)	79,75	48,75	31
Подготовка к промежуточной аттестации (контроль)	33,6	9	24,6
Вид промежуточной аттестации:		Зачет	Экзамен

2) Исключить защиту курсовой работы из форм промежуточной аттестации

Программа актуализирована для 2021 г. начала подготовки.

Разработчик: Морозов В.Э., д.филол.н., профессор Морозов

«25» 08 2021 г.

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации, протокол № 1 от «26» августа 2021 г.

Заведующий кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации
к.филолог. н., проф. Гнездилова Е.В. Гнездилова

«26» 08 2021 г.

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий выпускающей кафедрой
к.филолог. н., проф. Гнездилова Е.В.

Гнездилова «30» 08 2021 г.



**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»**
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Факультет гуманитарно-педагогический
Кафедра связей с общественностью и речевой коммуникации

УТВЕРЖДАЮ:
И.о. декана гуманитарно-педагогического
факультета
д.п.н., проф. Кубрушко П.Ф.
2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.05.05 «ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ»

для подготовки бакалавров

ФГОС ВО

Направление: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Курс 1

Семестр 2,3

Форма обучения очная

Год начала подготовки 2019

Регистрационный номер _____

Москва, 2019

Разработчик (и):

Морозов В.Э., д.филолог.н., профессор

«11» 11 2019г.

Морозов

Рецензент: Зайцев А.А., к.филолог.н.

«11» 11 2019г.

Зайцев

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и учебного плана

Программа обсуждена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации протокол № 4 от «11» 11 2019г.

Зав. кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации
Бугаева И.В., д.филолог.н., доцент

«11» 11 2019г.

Бугаева

Согласовано:

Председатель учебно-методической комиссии гуманитарно-педагогического факультета Еремин В.И., д.э.н., профессор

«2» 11 2019г.

Еремин

Заведующий выпускающей кафедрой Реклама и связи с общественностью
Бугаева И.В., д.филол.н., доцент

«11» 11 2019г.

Бугаева

Зав.отдела комплектования ЦНБ

1000 -

Бумажный экземпляр РПД, копии электронных вариантов РПД и оценочных средств получены:
Методический отдел УМУ

«_» 20__г

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ.....	4
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	4
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ	7
ПО СЕМЕСТРАМ	7
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.3 ЛЕКЦИИ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	14
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	21
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	23
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	23
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ	33
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	33
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	33
7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	34
7.3 НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ	34
7.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАНЯТИЯМ.....	34
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	34
9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ).....	34
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	35
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	38
Виды и формы отработки пропущенных занятий	39
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	39

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.05.045 «Теория и практика медиакоммуникаций» для подготовки бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Цель освоения дисциплины: формирование общепрофессиональных умений, необходимых будущим специалистам по связям с общественностью для работы со СМИ и с другими каналами распространения массовой информации, в том числе в виртуальной электронной среде.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-1.2

Краткое содержание дисциплины: Предусматривает получение будущими бакалаврами системного представления по общетеоретическим вопросам организации и функционирования СМИ и выработку практических навыков анализа их продукции. Дает представление о структуре и наиболее важных явлениях и деятелях российского и мирового медиарынка. Предполагает овладение виртуальной электронной средой распространения массовой информации.

Общая трудоемкость дисциплины: 216 часов / 6 зач. ед.

Промежуточный контроль: 2 семестр – зачет, 3 семестр – экзамен.

1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Теория и практика массовой информации» - формирование общепрофессиональных умений, необходимых будущим специалистам по связям с общественностью для работы со СМИ и другими каналами распространения массовой информации, а именно: получение будущими бакалаврами системного представления по общетеоретическим вопросам организации и функционирования СМИ, выработка практических навыков анализа их продукции, представление о структуре и наиболее важных явлениях и деятелях российского и мирового медиарынка, знание других печатных и электронных каналов распространения массовой информации, формирование умений использовать их в своей профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» входит в число обязательных дисциплин базовой части. Реализация целей ее изучения позволит будущему бакалавру решать профессиональные задачи с учетом взаимодействия со средствами массовой информации, охватывать теоретическую, практическую, познавательную компоненты профессиональной деятельности в области распространения массовой информации; подготовиться к самообучению и саморазвитию.

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» опирается на сведения из дисциплин «Введение в коммуникационные специальности», «Основы теории коммуникации», «Социология», «Русский язык и культура речи», «Риторика», «Логика и теория аргументации», «Основы маркетинга»; она является основополагающей для изучения дисциплин: «История журналистики», «Современная пресс-служба», «Основы медиапланирования», «Информационные технологии в медиапланировании», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы».

Особенность и новизна дисциплины заключается в том, что при ее изучении студенты впервые системно знакомятся с ключевыми понятиями сферы функционирования средств массовой информации и медиарынка, других каналов распространения массовой информации и с опытом их работы.

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика массовой информации» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зач.ед. (226 часов), их распределение по видам работ семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 1

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1.	УК-1	Способен осуще-				
2.	УК-1.2	ствлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Владеет навыками критического анализа и синтеза информации для решения проектных задач и прогностической деятельности	жанровую систему продукции печатных, радио-, теле- и электронных средств массовой информации; технические параметры СМИ и способов печати	определять цели создания сообщений в печатных, радио-, теле- и электронных средств массовой информации, поднимаемые в них проблемы, выдвигаемые идеи, применяемые средства воздействия на адресата;	основами комплексного анализа (творческого разбора) произведений журналистского творчества; навыками определения и выбора технических параметров СМИ и способов печати
3.	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	виды информационных поводов, различия между ними в журналистике, в рекламной деятельности и в связях с общественностью, основные положения документов, регулирующих деятельность СМИ, принципы и практику взаимодействия массовой информации, рекламы и PR, сотрудничества СМИ, рекламных агентств и структур по связям с общественностью	применять знания о взаимодействии и сотрудничестве СМИ, рекламных агентств и PR структур в собственной профессиональной деятельности, творчески использовать возникающие информационные поводы и создавать их	методами взаимодействия со СМИ как с объектом деятельности и как с партнером в области рекламы и PR, методами использования и создания информационных потоков и событий в целях рекламы и связей с общественностью
4.	ОПК-1.1.					

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	час.	№ 2	№ 3
		в том числе:	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	216	108	108
1. Контактная работа:	104,65	52,25	52,4
Аудиторная работа		в том числе:	
<i>лекции (Л)</i>	32	16	16
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	68	34	34
<i>консультации</i>	-	-	2
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,65	0,25	0,4
<i>курсовой проект (КРП)</i>	2	2	-
2. Самостоятельная работа (СРС)	86,75	55,75	55,6
<i>Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, и т.д.)</i>	86,75	55,75	31
<i>Подготовка к промежуточной аттестации (контроль)</i>	-	-	24,6
Вид промежуточной аттестации:		Зачет	Экзамен

4.2 Содержание дисциплины

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнёно)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Раздел 1. Роль и место медиакоммуникации и медиасферы в обществе.	25	4	8		13
Раздел 2. Медиарынок и другие общественно-экономические формы взаимодействия субъектов медиасферы.	25	4	8		13
Раздел 3. Особенности деятельности СМИ и других единиц медиарынка.	25	4	10		13
Раздел 4. Медиакоммуникация в Интернете.	30,75	4	8		16,75
<i>Контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25			0,25	
<i>Курсовой проект (КРП)</i>	2			2	
Всего за 1 семестр	108	16	34	2,25	55,75
Раздел 5. Журналист как ведущий субъект медиакоммуникации. Принципы и методы журналистского творчества.	19	4	8		14

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнёно)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Раздел 6. Форма и содержание произведения журналистики.	20	4	8		14
Раздел 7. Жанры печатной журналистики.	22	4	10		14
Раздел 8. Жанры радио- и тележурналистики	20	4	8		13,6
<i>Контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,4			0,4	
Всего за 1 семестр	108	16	34	2,4	55,6
Итого по дисциплине	108	16	34	2,4	55,6

Раздел 1. Роль и место медиакommunikации и медиасферы в обществе

Тема 1. Понятия «массовая информация», «медиакommunikация», «медиасфера»

Определение понятий «информация», «массовая информация», «медиакommunikация», «медиасфера», «массовая аудитория», «средство массовой информации» (СМИ).

Основные факторы и глобальные этапы развития журналистики. Китайская газета «Ди бао». Понятие персонального журнализма. Итальянские и другие европейские новостные листки, российские «Куранты». Изобретение Гуттенбергом печатного станка. Деятельность Ивана Федорова. Первые российские книги. Первые европейские газеты и журналы (XVII в.). «Ведомости» Петра I, газета «Санкт-Петербургские ведомости» Академии наук и месячные примечания к ней.

Новостная, просветительская, образовательная, рекламная, пропагандистская, агитационная, интегративная, коммуникативная и др. цели развлекательная цели производства и распространения массовой информации. Каналы ее распространения.

«Закон о средствах массовой информации РФ». Определение, функции и типология средств массовой информации.

Книгоиздательская, кинопрокатная, рекламная, политическая, образовательная, PR др. направления деятельности, связанные с производством и распространением массовой информации.

Тема 2. Взаимодействие каналов распространения массовой информации с государством, обществом и личностью

Массовая информация и власть: модели взаимоотношения. История цензуры и борьбы за свободу слова и печати. Ее связь с историей революций и мировых войн. Полемика Новикова с Екатериной II. Российские цензурные уставы. «Октябрьский манифест» 1905 г. Советский «Декрет о печати» и последующие меры. Деятельность Главлита. Дело журналов «Звезда» и «Ленинград». Самиздат. Зарубежная русскоязычная пресса XIX-XX вв. Зарубежные русские СМИ в XXI в.

Гласность эпохи Перестройки. Статьи 13, 23, 24, 28, 29 «Конституции Российской Федерации». Общие сведения о составе и содержании «Доктрины информационной безопасности Российской Федерации», законов «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «О рекламе», «О защите детей от информационной продукции, причиняющей вред их здоровью, нравственному и духовному развитию», главы 4-ой «Гражданского кодекса Российской Федерации».

Массовая информация и общество. Способы формирования общественного мнения. Разделение прессы на элитарную и массовую, качественную и бульварную (желтую) в ходе ее исторического развития. Глобализация информационных процессов. Движение маккрейкеров. «Уотергейтское дело». «Дело Wikileaks» и «дело Трампа».

Массовая информация и личность. Повышение роли визуальной и устной информации. «Мифодизайн», «технологии high-hum», «белый шум», языковые клише. Превращение личной информации в массовую благодаря распространению блогов.

Раздел 2. Медиарынок и другие общественно-экономические среды взаимодействия субъектов медиасферы

Тема 3. Понятие и характерные особенности медиарынка

Информация как товар. Информационный рынок. Индустрия свободного времени.

Определение понятия «медиарынок». Коммерциализация и индустриализация печати в XIX в. Развитие собственности в медиаиндустрии: от индустриализации печати к концентрации, глобализации и конвергенции СМИ. Расцвет периодической печати первой половине XX в. и ее кризис в конце него.

Типы СМИ по использованию собственной и несобственной информации.

Определение понятия «информационное агентство». Первые информационные агентства в середине XIX в. Крупнейшие зарубежные информационные агентства.

Профессионализация журналистской деятельности. Появление профессиональных журналистских организаций. Возникновение профессионального журналистского образования. Учреждение первых журналистских премий. Современные крупнейшие международные и зарубежные журналистские организации.

Тема 4. Медиарынок Российской Федерации

Развитие печатного дела в дореволюционной России. Первые информационные агентства.

Преобразование отечественной медиасферы в отрасль советской плановой экономики. Партийно-правительственное управление средствами массовой информации. Крупнейшие советские СМИ и информационные агентства. Союзы советских писателей и советских журналистов.

Появление первых независимых СМИ, книжных издательств и информационного агентства «Интерфакс» в период гласности. Формирование нового российского медиарынка в последнее десятилетие XX в.

Особенности современного российского медиарынка. Его структура. Доля разных типов СМИ в рекламной деятельности. Доля иностранного капитала на российском медиарынке. Крупнейшие российские СМИ и информационные агентства. Современные российские журналистские организации.

Раздел 3. Особенности деятельности средств массовой информации как основных единиц медиарынка

Тема 5. СМИ как предприятие

Определение понятия «редакция СМИ». Классификация редакций по виду собственности.

Направления деятельности редакции. Работа с читателями. Звенья структуры редакции и ее виды.

Особенности журналистского труда. Должностные лица редакции и их обязанности. Соотношение штатных и нештатных сотрудников.

Методы управления редакцией. Перспективное и текущее планирование ее работы.

Задачи и методы работы отдела по связям с общественностью редакции СМИ.

Структура и функционирование радио и телевизионных средств массовой информации. Журналистские и нежурналистские профессии на телевидении.

Тема 6. Редакционно-издательский процесс

Определение понятия «редакционно-издательский процесс». Этапы редакционно-издательского процесса: допечатный, редактирование, макетирование и верстка, вычитка, печать, послепечатный процесс. Основные понятия верстки. Основные типы и виды печати.

Определение понятия «художественное оформление периодического издания». Форматы газетных полос и их колонок. Типы шрифтов и их назначение. Определение понятий «элемент оформления» и «комплекс элементов оформления». Виды элементов оформления. Макетирование и моделирование газетных полос.

Роль и место иллюстрации в печатном периодическом издании. Определение понятия «фотожурналистика». Жанры и основные средства создания произведений фотожурналистики. Возникновение, расцвет и упадок иллюстрированных журналов.

Раздел 4. Медиакоммуникация в Интернете

Тема 7. Интернет в работе журналиста

Интернет как электронное средство передачи информации, его создание в XX в. Общественные функции Интернета. Появление СМИ в Интернете конце XX в. Их развитие в XXI в. Конвергенция СМИ в Интернете. Появление элек-

тронных библиотек. Кризис книгопечатания. Веб-сеть как источник массовой информации. Профессиональные журналистские сайты. Веб-сеть как средство связи с аудиторией и с коллегами.

Тема 8. Массовая информация на страницах Интернета

Типы сетевых ресурсов по их содержанию, назначению и целевой аудитории. Виды электронных средств массовой информации, их соотношение с традиционными СМИ и их отличия от других ресурсов Интернета. Понятие «блог». Виды блогов по содержанию. Отличия блогера от журналиста.

Раздел 5. Журналист как ведущий субъект медиакommunikации. Принципы и методы журналистского творчества

Тема 9. Авторский замысел и образ автора журналистского произведения. Отношение автора к аудитории. Нормы журналистской этики

Определение понятия «журналистика». Назначение профессии журналиста, его роль в обществе и в медиасфере. Программное «Рассуждение об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенное для поддержания свободы философии» М.В. Ломоносова. Информационный повод. Соотношение факта, домысла и вымысла и оценки в массовой коммуникации. Типы и виды фактологической, вероятностной и оценочной информации. Виды целей автора журналистского произведения. Новизна, актуальность, занимательность сведений. Тема (в широком и узком определении), проблема, идея и основная мысль в произведениях журналистики.

Понятие «образ автора», его отличие от личности автора. Виды образа автора публицистического произведения. Средства выражения авторского «Я». Определение понятий «публицистический стиль» и «идеостиль». Связь идеостиля с образом автора.

Типы взаимодействия автора с читателем (типы «профессиональных журналистских идеологий»): авторитарно-технократический подход, информационно-познавательный подход, конструктивный (коммуникативно-познавательный) подход.

Средства воздействия на читателя (сенсационность, броскость, необычность, эмоциональность, развлекательность, подачи информации, инфотеймент, финишинг, эвент экшн, мистификация, фрагментация, «белый шум», монотонность).

Определение понятия «морально-этические нормы журналистики». Уважение к правам человека, отстаивание свободы слова, добросовестность, плюрализм мнений, непредвзятость, объективность, доказательность, и др. принципы. Международные, зарубежные и российские документы по журналистской этике. Содержание документов: «Международные принципы журналистской этики» (Прага, 1983), «Кодекс профессиональной этики журналиста» (Москва, 1991), «Хартия телерадиовещателей» (Москва, 1995), «Национальный кодекс деятельности в области информатики и телекоммуникаций» (Москва, 1998), «Положение о Большом Жюри Союза журналистов России» (Москва, 1998),

«Антитеррористическая конвенция средств массовой информации» (Москва, 2003).

Тема 10. Методы и навыки сбора и обработки информации

Определение понятия «источник информации». Типы источников информации. Достоверность источников информации и способы ее проверки.

Определение понятия «метод сбора информации». Типы методов сбора информации. Работа с документами. Интервью и его виды. Беседа. Опрос и его виды. Анкетирование. Наблюдение и его виды. Эксперимент и его виды. Журналистское расследование.

Определение понятия «метод обработки информации». Формально-логические методы. Содержательно-логические методы. Биографический метод и его виды. Художественный метод и его виды.

Навыки сбора информации и необходимое оборудование.

Раздел 6. Форма и содержание произведений журналистики

Тема 11. Компоненты структуры и содержательного наполнения произведений печатной журналистики

Типы заголовков печатного публицистического произведения и их связи с его основной частью. Определение понятия «лид». Назначение лида. Отличие лида от подзаголовка. Типы лидов. Графическое оформление лида. Понятие «композиция произведения». Элементы композиции печатного публицистического произведения. Виды композиции. Назначение и типы вступления. Связь вступления с лидом и с последующей частью текста. Информационные и композиционные требования к основной части публицистического произведения. Назначение и типы заключения.

Тема 12. Средства создания произведений радио- и тележурналистики. Особенности журналистики в Интернете.

Радиовещание и телевидение как электронные средства передачи информации, их возникновение и развитие. Радиовещание и телевидение как особые подсистемы медиасферы. Классификация радио- и телеканалов и радио- и телепрограмм. Их функции в системе средств массовой информации.

Определение понятий «радиожурналистика» и «тележурналистика». Понятие звукового образа. Формообразующие средства радиожурналистики. Стилеобразующие средства радиожурналистики.

Понятие звукозрительного (аудиовизуального) образа. Сценарий, съемка кадр, монтаж в тележурналистике и в кинофильме.

Особенности произведений журналистики, созданных для размещения в Интернете.

Раздел 7. Жанры печатной журналистики.

Тема 13. Жанр как категория журналистского творчества. Информационные жанры

Определение понятия «жанр текста». Жанрообразующие факторы в журналистике. Типология жанров.

Общие сведения об информационных жанрах печатной публицистики. Их возникновение в журналистике. Заметка и ее разновидности. Информационная корреспонденция. Информационный отчет. Информационное интервью. Блиц-опрос. Вопрос – ответ. Репортаж. Некролог. Информационный пресс-релиз.

Тема 14. Аналитические жанры

Общие сведения об аналитических жанрах печатной публицистики. Причины их позднего возникновения в журналистике. Аналитический отчет. Аналитическая корреспонденция. Аналитическое интервью. Аналитический опрос. Беседа. Комментарий. Социологическое резюме. Анкета. Мониторинг. Рейтинги. Рецензия. Статья и ее разновидности. Обзор. Обзор СМИ. Прогноз. Версия. Письмо. Исповедь. Рекомендация (совет). Аналитический пресс-релиз. Проблема выделения жанров эксперимента и журналистского расследования.

Тема 15. Художественно-публицистические жанры

Общие сведения о художественно-публицистических жанрах. Процесс их постепенного вхождения в журналистику. Понятия типичного и особенного образов в публицистике. Их отличия от типического художественного образа в литературе. Очерк и его разновидности. Житейская история. Эпитафия. Легенда. Эссе. Эпиграф. Понятия «комическое», «юмор», «ирония», «сатира», «гротеск», «комическая ситуация», «анекдотическая ситуация». Фельетон. Памфлет. Пародия. Сатирический комментарий. Анекдот. Шутка.

Раздел 8. Жанры радио- и тележурналистики

Тема 16. Жанры радиожурналистики

Особенности жанрообразующих факторов в радиожурналистике. Общие сведения об информационных жанрах радиожурналистики. Радиосообщение. Информационное интервью. Репортаж. Радиоотчет. Обзор печати. Общие сведения об аналитических жанрах тележурналистики. Корреспонденция. Комментарий. Аналитическое интервью и его разновидности. Радиообозрение. Общие сведения о документально-художественных жанрах радиожурналистики. Радиоочерк и его разновидности. Радиофельетон. Радиорассказ. Документальная драма. Радиокomпозиция. Жанр радиоспектакля. Его переход в Интернет (аудиоспектакль).

Тема 17. Жанры тележурналистики

Особенности жанрообразующих факторов в тележурналистике. Общие сведения об информационных жанрах тележурналистики. Заметка (видеосюжет). Телеотчет. Выступление. Информационное интервью. Репортаж. Обзор печати.

Общие сведения об аналитических жанрах тележурналистики. Корреспонденция («передача»). Комментарий. Телеобозрение. Аналитическое интервью и его разновидности. Беседа. Дискуссия. Ток-шоу. Пресс-конференция.

Общие сведения о документально-художественных жанрах тележурналистики. Телеочерк и его разновидности. Телезарисовка. Эссе. Сатирические жанры. Документальный телефильм и его разновидности. Инволюция целей и содержания документальных фильмов.

4.3 Лекции /практические занятия

Таблица 4

Содержание лекций /практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций/практических занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Раздел 1. Роль и место медиакommunikации и медиасферы в обществе.				
	Тема 1. Понятия «массовая информация», «медиакommunikация», «медиасфера». Тема 2. Взаимодействие каналов распространения массовой информации с государством, обществом и личностью	Лекция № 1. Понятия «массовая информация», «медиакommunikация», «медиасфера».	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие № 1. Массовая информация и медиакommunikация	УК-1.2; ОПК-1.1	Беседа	2
		Практическое занятие № 2. Медиасфера, ее составляющие	УК-1.2; ОПК-1.1		
		Лекция № 2. Взаимодействие каналов распространения массовой информации с государством, обществом и личностью	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие № 3. Взаимодействие каналов распространения массовой информации с государством	УК-1.2; ОПК-1.1	Фронтальный опрос.	2
Практическое занятие № 4. Взаимодействие каналов распространения массовой информации с обществом и личностью	УК-1.2; ОПК-1.1	Индивидуальный опрос	2		
2.	Раздел 2. Медиарынок и другие общественно-экономические среды взаимодействия субъектов медиасферы				
	Тема 3. Понятие и характерные признаки медиарынка. Смежные с ним рынки	Лекция № 3. Понятие и характерные признаки медиарынка. Смежные с ним рынки	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2

3.	Тема 4. Медиарынок Российской Федерации	Практическое занятие № 5. Рынок информации и сегменты медиарынка	УК-1.2; ОПК-1.1	Беседа	
		Практическое занятие № 6. Взаимодействие медиарынка со смежными рынками	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	
		Лекция № 4. Медиарынок Российской Федерации	УК-1.2; ОПК-1.1	Контрольная работа	
		Практическое занятие № 7. Российские рынки книжной и периодической печати. Информационные агентствадырка	УК-1.2; ОПК-1.1	Фронтальный опрос	
		Практическое занятие № 8. Рынки электронных каналов передачи массовой информации	УК-1.2; ОПК-1.1	Индивидуальный опрос	
	Раздел 3. Особенности деятельности средств массовой информации как основных единиц медиарынка				
	Тема 5. СМИ как предприятие. Тема 6. Редакционно-издательский процесс.	Лекция № 5 СМИ как предприятие	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие № 9. Структура и работа печатных СМИ	УК-1.2; ОПК-1.1	Беседа	2
		Практическое занятие № 10. Структура и работа электронных СМИ	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2
		Лекция № 6. Редакционно-издательский процесс.	УК-1.2; ОПК-1.1	Контрольная работа	2
Практическое занятие № 11. Этапы редакционно-издательского процесса		УК-1.2; ОПК-1.1	Фронтальный опрос	2	
Практическое занятие № 12. Художественное оформление печатных СМИ и другой печатной продукции.		УК-1.2; ОПК-1.1	Индивидуальный опрос	2	
	Практическое занятие № 13. Основные понятия	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов		

		фотожурналистики.			
4.	Раздел 4. Медиакоммуникация в Интернете				
Тема 7. Интернет в работе журналиста Тема 8. Массовая информация на страницах Интернета.	Лекция № 7 Интернет в работе журналиста.	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2	
	Практическое занятие № 14 Интернет как электронное средство передачи информации и его общественные функции	УК-1.2; ОПК-1.1	Беседа	2	
	Практическое занятие № 15 Профессиональные задачи использования Интернета в журналистом.	УК-1.2; ОПК-1.1	Индивидуальный опрос	2	
	Лекция № 8 Массовая информация на страницах Интернета	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2	
	Практическое занятие № 16. СМИ в Интернете	УК-1.2; ОПК-1.1	Индивидуальный опрос	2	
	Практическое занятие № 17. Открытые сайты и блоги.	УК-1.2; ОПК-1.1	Фронтальный опрос		
5.	Раздел 5. Журналист как ведущий субъект медиакоммуникации. Принципы и методы журналистского творчества				
Тема 9. Авторский замысел и образ автора журналистского произведения. Отношение автора к аудитории. Нормы журналистской этики Тема 10. Методы и навыки сбора и обработки информации	Лекция № 9 Авторский замысел и образ автора журналистского произведения. Отношение автора к аудитории. Нормы журналистской этики	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2	
	Практическое занятие № 18 Авторский замысел и образ автора журналистского произведения.	УК-1.2; ОПК-1.1	Беседа	2	
	Практическое занятие № 19 Отношение автора к аудитории. Нормы журналистской этики	УК-1.2; ОПК-1.1	Индивидуальный опрос	2	
	Лекция № 10 Методы и навыки сбора	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2	

		и обработки информации			
		Практическое занятие № 20 Методы и навыки сбора информации	УК-1.2; ОПК-1.1	Фронтальный опрос	2
		Практическое занятие № 21 Методы и навыки обработки информации.		Индивидуальный опрос	2
6.	Раздел 6. Форма и содержание произведения журналистики				
	Тема 11. Компоненты структуры и содержательного наполнения произведений печатной журналистики. Тема 12. Средства создания произведений радио- и тележурналистики. Особенности журналистики в Интернете.	Лекция № 11 Компоненты структуры и содержательного наполнения произведений печатной журналистики.	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие № 22 Заголовок, подзаголовок, лид, композиция.	УК-1.2; ОПК-1.1	Беседа	2
		Практическое занятие № 23 Вступление, основная часть, заключение	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2
		Лекция № 12 Средства радио- и тележурналистики. Особенности журналистики в Интернете.	УК-1.2; ОПК-1.1	Индивидуальный опрос	2
		Практическое занятие № 24 Средства радиожурналистики.	УК-1.2; ОПК-1.1	Фронтальный опрос	2
		Практическое занятие № 25 Средства тележурналистики. Особенности журналистики в Интернете.	УК-1.2; ОПК-1.1	Беседа	2
7.	Раздел 7. Жанры печатной журналистики				
	Тема 13. Жанр как категория журналистского творчества. Информационные жанры. Тема 14. Аналитические жанры. Тема 15. Художественно-публицистические жанры	Лекция № 13 Жанр как категория журналистского творчества. Информационные жанры.	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие № 26 Жанр как категория журналистского творчества.	УК-1.2; ОПК-1.1	Индивидуальный опрос	2
		Практическое занятие № 27	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2

		Информационные жанры.			
		Лекция №14 Аналитические жанры. Художественно-публицистические жанры	УК-1.2; ОПК-1.1	Беседа	2
		Практическое занятие № 28 Малые аналитические жанры.	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие № 29 Большие аналитические жанры.	УК-1.2; ОПК-1.1	Фронтальный опрос	2
		Практическое занятие № 30 Художественно-публицистические жанры	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2
8.	Раздел 8. Жанры радио- и тележурналистики				
	Тема 16. Жанры радиожурналистики. Тема 17. Жанры тележурналистики	Лекция №15. Жанры радиожурналистики.	УК-1.2; ОПК-1.1	Беседа	2
		Практическое занятие № 31 Информационные и аналитические жанры радиожурналистики	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие № 32. Художественно-документальные жанры радиожурналистики	УК-1.2; ОПК-1.1	Фронтальный опрос	2
		Лекция №16. Жанры тележурналистики.	УК-1.2; ОПК-1.1	Индивидуальный опрос	2
		Практическое занятие № 33 Информационные и аналитические жанры тележурналистики	УК-1.2; ОПК-1.1	Беседа	2
		Практическое занятие № 34 Художественно-документальные жанры тележурналистики	УК-1.2; ОПК-1.1	Проверка конспектов	2

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№п/п	№ раздела и темы	Формируемые компетенции	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
Раздел 1. Роль и место медиакommunikации и медиасферы в обществе			
1.	Тема 1. Понятия «массовая информация», «медиакоммуникация», «медиасфера»	УК-1.2; ОПК-1.1	Основные факторы и глобальные этапы развития журналистики. Китайская газета «Ди бао». Понятие персонального журнализма. Итальянские и другие европейские новостные листки, российские «Куранты». Изобретение Гуттенбергом печатного станка. Деятельность Ивана Федорова. Первые российские книги. Первые европейские газеты и журналы (XVII в.). «Ведомости» Петра, газета «Санкт-Петербургские ведомости» Академии наук и месячные примечания к ней. «Закон о средствах массовой информации РФ»
2.	Тема 2. Взаимодействие каналов распространения массовой информации с государством, обществом и личностью	УК-1.2; ОПК-1.1	История цензуры и борьбы за свободу слова и печати. Ее связь с историей революций и мировых войн. Poleмика Новикова с Екатериной II. Российские цензурные уставы. «Октябрьский манифест» 1905 г. Советский «Декрет о печати» и последующие меры. Деятельность Главлита. Дело журналов «Звезда» и «Ленинград». Самиздат. Зарубежная русскоязычная пресса XIX-XX вв. Гласность эпохи Перестройки. Разделение прессы на элитарную и массовую, качественную и бульварную (желтую) в ходе ее исторического развития. Движение маккррейкеров. «Уотергейтское дело». Глобализация информационных процессов. «Дело Wikileaks», и «дело Трампа». Глава 4-ая «Гражданского кодекса Российской Федерации»
Раздел 2. Медиарынок и другие общественно-экономические среды взаимодействия субъектов медиасферы			
3.	Тема 3. Понятие и характерные особенности медиарынка	УК-1.2; ОПК-1.1	Коммерциализация и индустриализация печати в XIX в. Развитие собственности в медиаиндустрии: от индустриализации печати к концентрации, глобализации и конвергенции СМИ. Первые информационные агентства, в середине XIX в. Профессионализация журналистской деятельности. Появление профессиональных журналистских организаций. Возникновение профессионального журналистского высшего образования. Учреждение первых журналистских премий.
Раздел 3. Особенности деятельности средств массовой информации как основных единиц медиарынка			
4.	Тема 6. Редакционно-издательский процесс	УК-1.2; ОПК-1.1	Жанры и основные средства создания произведений фотожурналистики. Возникновение, расцвет и упадок иллюстрированных журналов.
Раздел 4. Медиакommunikация в Интернете			
5.	Тема 7. Интернет в работе журналиста	УК-1.2; ОПК-1.1	Интернет как электронное средство передачи информации, его создание в XX в. Появление СМИ в Ин-

№п/п	№ раздела и темы	Формируемые компетенции	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
			тернете в конце XX в.
Раздел 5. Журналист как ведущий субъект медиакommunikации. Принципы и методы журналистского творчества			
6.	Тема 9. Авторский замысел и образ автора журналистского произведения. Отношение автора к аудитории. Нормы журналистской этики	УК-1.2; ОПК-1.1	Программное «Рассуждение об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенное для поддержания свободы философии» М.В. Ломоносова. Содержание документов: «Международные принципы журналистской этики» (Прага, 1983), «Кодекс профессиональной этики журналиста» (Москва, 1991), «Хартия телерадиовещателей» (Москва, 1995), «Национальный кодекс деятельности в области информатики и телекоммуникаций» (Москва, 1998), «Положение о Большом Жюри Союза журналистов России» (Москва, 1998), «Антитеррористическая конвенция средств массовой информации» (Москва, 2003).
Раздел 6. Форма и содержание произведений журналистики			
7.	Тема 12. Средства создания произведений радио- и тележурналистики. Особенности журналистики в Интернете.	УК-1.2; ОПК-1.1	Радиовещание и телевидение как электронные средства передачи информации, их возникновение и развитие.
Раздел 7. Жанры печатной журналистики			
8.	Тема 13. Жанр как категория журналистского творчества. Информационные жанры	УК-1.2; ОПК-1.1	Возникновение информационных жанров журналистики.
9.	Тема 14. Аналитические жанры	УК-1.2; ОПК-1.1	Причины позднего возникновения аналитических жанров журналистики.
10.	Тема 15. Художественно-публицистические жанры	УК-1.2; ОПК-1.1	Процесс вхождения художественно-публицистических жанров в журналистику.
Раздел 8. Жанры радио- и тележурналистики			
11.	Тема 16. Жанры радиожурналистики.	УК-1.2; ОПК-1.1	Жанр радиоспектакля. Его переход в Интернет (аудиоспектакль).
12.	Тема 17. Жанры тележурналистики	УК-1.2; ОПК-1.1	Инволюция целей и содержания документальных фильмов.

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
1.	Тема 1. Понятия «массовая информация», «медиакоммуникация», «медиафера».	Л	Активная форма: лекция-беседа
2.	Тема 2. Взаимодействие каналов распространения массовой информации с государством, обществом и личностью	ПЗ	Интерактивная форма: учебно-научная дискуссия
3.	Тема 3. Понятие и характерные признаки медиарынка. Смежные с ним рынки.	Л	Активная форма: лекция-беседа
4.	Тема 4. Медиарынок Российской Федерации	ПЗ	Интерактивная форма: учебно-научная конференция
5.	Тема 5. СМИ как предприятие	ПЗ	Интерактивная форма: круглый стол
6.	Тема 6. Редакционно-издательский процесс.	Л	Активная форма: лекция-беседа
7.	Тема 7. Интернет в работе журналиста	ПЗ	Интерактивная форма: учебно-научная конференция
8.	Тема 8. Массовая информация на страницах Интернета.	ПЗ	Интерактивная форма: учебно-научная дискуссия
9	Тема 9. Авторский замысел и образ автора журналистского произведения. Отношение автора к аудитории. Нормы журналистской этики	ПЗ	Интерактивная форма: круглый стол
10.	Тема 10. Методы и навыки сбора и обработки информации	ПЗ	Интерактивная форма: учебно-научная дискуссия
11.	Тема 11. Компоненты структуры и содержательного наполнения произ-	Л	Активная форма: лекция-беседа

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
	ведений печатной журналистики.		
12.	Средства создания произведений радио- и тележурналистики. Особенности журналистики в Интернете.	ПЗ	Интерактивная форма: учебно-научная конференция
13.	Тема 13. Жанр как категория журналистского творчества. Информационные жанры.	Л	Активная форма: лекция-беседа
14.	Тема 14. Аналитические жанры.	Л	Активная форма: лекция-беседа
15.	Тема 15. Художественно-публицистические жанры	Л	Активная форма: лекция-беседа
16.	Тема 16. Жанры радиожурналистики.	ПЗ	Интерактивная форма: учебно-научная конференция

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

Примерная тематика рефератов

1. Особенности информационной инфраструктуры в национальных границах различных стран.
2. Глобализация информационных процессов; понятие информационного общества.
3. Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке.
4. современные СМИ России.
5. Законодательное обеспечение свободы слова и информации в постсоветский период.
6. Массовая информация и ее роль в современном мире.
7. Средства массовой коммуникации: печать, радио и телевидение (сравнительные характеристики)
8. Организация работы редакции (на примере ...)
9. Информационные агентства, агентства в сфере общественных связей, корреспондентская сеть.
10. Интернет, редакционные базы данных.
11. Рынок современной прессы.

12. Теория и методика журналистского творчества.
13. Журналистское творчество как профессиональная деятельность.
14. Интернет и его использование журналистом.
15. Технические средства в процессе журналистского творчества.
16. Журналистское произведение как текст – жанровые разновидности.
17. Профессионально-этические правила и нормы журналистов.
18. Законодательство в сфере журналистики.
19. Понятие “компромата”; проблема “скрытой” рекламы.
20. Проблема факта и комментария.
21. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности.
22. Технические средства массовой коммуникации.
23. Полиграфическая техника и полиграфические процессы.
24. Верстка и печать; дизайн полиграфических изданий;
25. Основные технологические схемы выпуска газетно-журнальной продукции.
26. Фотография, техника фотосъемки в журналистике.
27. Технические средства радио и телевидения.
28. Кабельное и эфирное телевидение.
29. Спутниковое телевидение.
30. Компьютерная техника в производстве современной прессы, в работе редакций.
31. Электронные версии современных газет.
32. Сравнительные характеристики федеральных и региональных телеканалов.
33. Рекламная политика телеканала.
34. Деятельность по связям с общественностью телеканала.
35. Особенности региональных телеканалов на примере конкретных телекомпаний.
36. Особенности российских электронных СМИ.
37. Общая сравнительная характеристика телеканалов Москвы.
38. Особенности российских федеральных телеканалов.
39. Особенности информационной политики (новостного вещания) телерадиокомпаний.
40. Система электронных СМИ в России.
41. Сравнительные характеристики отечественных и зарубежных телеканалов.
42. Аудитория электронных СМИ и ее характеристики. Методы исследования аудитории СМИ.
43. Электронное СМИ как предприятие. Экономические аспекты свободы журналистики.
44. Жанры на телевидении и их специфика. Сравнительная характеристика новостной и аналитической тележурналистики.
45. Особенности функционирования информационного рынка современных российских электронных СМИ.
46. Характер взаимоотношений российских электронных СМИ и PR-служб.

47. Особенности позиционирования телеканала (общая характеристика телеканала и сегмента телерынка, который он занимает - особенности вещания, зона охвата, аудитория, конкуренты и т. д.).
48. Реализация функций журналистики в газетах.
49. Реализация функций журналистики в журнальной прессе.
50. Реализация функций журналистики в электронных СМИ.
51. Реализация функций журналистики в радиовещании.
52. Реализация функций журналистики в телевещании.
53. Медианасилие как феномен современной российской действительности.
54. Конкурентная разведка в Интернете: информационная технология коммерческих прецедентов.
55. Массовая информация как объект анализа в стратегическом менеджменте.
56. Воздействие информационных компаний на население.
57. Массовая аудитория как объект и субъект коммуникационного процесса.
58. Масс-инфо аналитика в системе принятия управленческих решений.
59. Информация как фактор формирования сознания и направленности поведения массовой аудитории.
60. Масс-медиа, общество, власть – характер и принципы взаимодействия: российские традиции и современные инновации.

**Задание в тестовой форме № 1 по разделу № 5 курса
«Теория и практика массовой информации» (Темы 15-18)**

Задание. Подберите определение к каждому термину.

Таблица 7

Образец тест-билета:

Термин	Номер ответа	Ответ (определение)
Печать	1.	процесс переноса красящего вещества (печатной краски, тонера) с печатной формы на запечатываемый материал.
Бесконтактные способы печатания	2.	полиграфический процесс тиражирования печатного издания.
Высокая печать	3.	поверхность пластины, плиты или формного цилиндра, изготовленных из разных материалов, которая служит для образования и сохранения изображения в виде отдельных участков запечатываемого материала, воспринимающих печатную краску (печатающих элементов) и не воспринимающих ее (пробельных элементов).
Контактные способы печатания	4.	создают изображение на печатной форме. Они воспринимают краску и затем передают ее на бумагу или промежуточное звено (офсетное полотно, тампон), создавая, таким образом, в процессе печатания красочное изображение на оттиске.

Ксилография	5.	служат фоном для создания изображения на печатной форме. Они не воспринимают краску.
Печатная форма	6.	печатная форма входит в контакт с поверхностью запечатываемого материала (или промежуточного звена) и печатная краска с печатной формы переходит на промежуточное звено или на запечатываемый материал.
Печатные элементы	7.	печатная форма не входит ни непосредственно, ни через промежуточное звено в контакт с запечатываемым материалом.
Пробельные элементы	8.	способы печати, при которых передача текста и изображения на запечатываемый материал осуществляется с печатной формы, на которой печатные элементы расположены выше пробельных.
Способ печати	9.	печатная форма с текстом и иллюстрациями вырезалась на доске.
Флексография	10.	применение эластичных печатных форм, которые могут быть установлены на формных цилиндрах различного диаметра. Особенностью данного способа является возможность установки фрагментарных печатных форм (т.е. печатных форм, состоящих из отдельных фрагментов изображения) на формных цилиндрах.

Образец правильного ответа

Печать – 1
Бесконтактные способы печатания – 7
Высокая печать – 8
Контактные способы печатания – 6
Ксилография – 9
Печатная форма – 3
Печатные элементы – 4
Пробельные элементы – 5
Способ печати – 2
Флексография – 10

Критерии оценивания ответа:

«отлично» – более 8 правильных ответов

«хорошо» – более 7 правильных ответов

«удовлетворительно» – более 5 правильных ответов

«неудовлетворительно» – 5 или менее правильных ответов

Таблица 8

Матрица ответов

№	Термин	Определение
1.	Печать	процесс переноса красящего вещества (печатной краски, тонера) с печатной формы на запечатываемый материал.

2.	Способ печати	полиграфический процесс тиражирования печатного издания
3.	Печатная форма	поверхность пластины, плиты или формного цилиндра, изготовленных из разных материалов, которая служит для образования и сохранения изображения в виде отдельных участков запечатываемого материала, воспринимающих печатную краску (печатных элементов) и не воспринимающих ее (пробельных элементов)
4.	Печатные элементы	создают изображение на печатной форме. Они воспринимают краску и затем передают ее на бумагу или промежуточное звено (офсетное полотно, тампон), создавая, таким образом, в процессе печатания красочное изображение на оттиске.
5.	Пробельные элементы	служат фоном для создания изображения на печатной форме. Они не воспринимают краску.
6.	Контактные способы печатания	печатная форма входит в контакт с поверхностью запечатываемого материала (или промежуточного звена) и печатная краска с печатной формы переходит на промежуточное звено или на запечатываемый материал.
7.	Бесконтактные способы печатания	печатная форма не входит ни непосредственно, ни через промежуточное звено в контакт с запечатываемым материалом.
8.	Высокая печать	способы печати, при которых передача текста и изображения на запечатываемый материал осуществляется с печатной формы, на которой печатные элементы расположены выше пробельных.
9.	Ксилография	печатная форма с текстом и иллюстрациями вырезалась на доске.
10.	Флексография	применение эластичных печатных форм, которые могут быть установлены на формных цилиндрах различного диаметра. Особенностью данного способа является возможность установки фрагментарных печатных форм (т.е. печатных форм, состоящих из отдельных фрагментов изображения) на формных цилиндрах.
11.	Плоская печать	способы печати, при которых происходит передача текста и изображения на запечатываемый материал осуществляется с использованием печатной формы, на которой печатные и пробельные элементы расположены практически в одной плоскости.
12.	Офсетная печать	краска с плоской печатной формы передается на бумагу посредством промежуточного цилиндра, на котором укреплено резиноканевое полотно.
13.	Прямая печать	изображение на печатной форме зеркальное (не читаемое) передается на запечатываемый материал непосредственно с печатной формы без применения дополнительного передаточного звена
14.	Фототипия	печать с использованием форм, на которых разделение поверхности на печатные и пробельные элементы обеспечивается различной степенью задубливания желатина, содержащего бихроматы щелочных металлов, и набуханием желатина под воздействием увлажняющего спиртового раствора
15.	Литография	способ плоской печати, для которого печатная форма изготавливается на плоском «камне».
16.	Ди-лито	зеркальное изображение с печатной формы, изготовленной на алюминиевой основе, передается непосредственно на запечатываемый

		материал без промежуточного звена
17.	Типоофсет	способ высокой косвенной печати с использованием в процессе печатания печатной формы способа высокой печати и офсетного цилиндра в качестве промежуточного звена.
18.	Глубокая печать	передача краски на бумагу в процессе печатания производится с печатной формы, на которой печатные элементы расположены ниже пробельных элементов.
19.	Металлография	печатная форма изготавливается гравированием или травлением на плоской металлической пластине.
20.	Шелкография (графаретная печать)	передача изображения на запечатываемый материал производится с печатной формы, представляющей собой сетку. Сквозь ячейки печатных элементов с помощью ракеля продавливается печатная краска.
21.	Ризография	использование печатной формы, изготовленной прожиганием микроотверстий в формном материале (мастер-пленке) для образования печатных элементов.
22.	Верстка	производственный процесс составления (монтажа) книжных, журнальных и газетных полос заданного формата из подготовленного набора всех видов и иллюстраций.
23.	Приводность	полное совпадение общих размеров четных и нечетных полос, а также точное совмещение строк основного текста на этих полосах между собой (на просвет).
24.	Вгонка	уменьшение числа набранных строк на странице за счет уменьшения межсловных пробелов в предшествующих строках.
25.	Выгонка	увеличение числа набранных строк за счет увеличения межсловных пробелов в предшествующих строках, в процессе которого за счет части текста длинной конечной строки образуют новую конечную строку.
26.	Спуск	отступ в верхней части начальных полос раздела, части или главы издания.
27.	Полоса	запечатанная часть страницы.
28.	Заставка	изображение, выполненное в виде иллюстрации или акцидентного набора из линеек или орнаментов и размещаемое в начале главы, раздела или части издания на спусковой полосе, как правило, в самом веру ее в счет спуска.
29.	Концовка	линейки, специальные линейки с утолщениями, украшения, а иногда и небольшие иллюстрации, устанавливаемые в конце разделов, глав и других частей издания.
30.	Колонцифра	номер страницы печатного издания, устанавливаемые в каждой полосе набора, кроме некоторых особых полос.
31.	Колонтитулы	текстовые строки, располагаемые над основным текстом каждой полосы, улучшающие оформление издания и облегчающие пользование им.
32.	Красная строка	строка, выключенная по центральной оси полосы или колонки (с красной строки обычно набирают заголовки, формулы). Иногда так называют начальную строку с абзачным отступом.
33.	Колонолинейки	линейки или украшения, располагаемые на каждой полосе издания над основным текстом (с отбивкой от него) в каче-

		стве элемента художественного оформления издания.
34.	Титульный лист	первую выходную страницу издания, на которой помещены основные сведения о нем - фамилия автора, название, место и год издания и др.
35.	Колонтитул	добавочный лист, помещаемый на одном развороте с титульным листом (как правило, в многотомных или переводных изданиях).
36.	Фронтиспис	рисунок, размещаемый на одном развороте с титулом на четной полосе.
37.	Авантитул	полоса, являющаяся оборотом контртитула или фронтисписа, если на ней помещают какой-либо текст.
38.	Аннотация	Кратчайшее описание темы тематики текста, обычно помещаемое на оборотной полосе титульного листа
39.	Шмуцтитул	полоса, где размещают заголовок части, раздела или главы книги, а иногда отдельных произведений, входящих в сборник.
40.	Эпиграф	цитата из сочинений известных авторов, пословицу или афоризм, выражающий основную мысль книги, ее отдельной части или главы.

Примерные вопросы для устного опроса

1. Определение понятий «коммуникация» и «медиакоммуникация».
2. Журналист как ведущий субъект медиакоммуникации.
3. Аудитория как массовый субъект медиакоммуникации.
4. Понятие «медиаасфера».
5. Роль и место журналистики в медиаасфере.
6. Основные единицы медиаасферы.
7. Определение понятия и основные признаки массовой информации. «Закон о средствах массовой информации РФ».
8. Функции средств массовой информации.
9. Типология средств массовой информации.
- 10.СМИ и общество.
- 11.СМИ и личность.
- 12.«Доктрина информационной безопасности РФ»
- 13.Типы информации
- 14.Определение понятия «жанр текста». Жанрообразующие факторы в журналистике.
- 15.Жанры периодической печати.
- 16.Жанры радиожурналистики.
- 17.Жанры тележурналистики.
18. Тема в широком и узком смысле слова. Информационный повод.
- 19.Факт. Оценка. Гипотеза. Домысел. Вымысел.
- 20.Цель, проблема и идея публицистического произведения.
- 21.Типология источников информации.
- 22.Традиционные методы сбора информации.
- 23.Нетрадиционные методы сбора информации.
- 24.Методы обработки информации.
- 25.Навыки сбора информации и необходимое для этого оборудование.

26. Модели взаимодействия автора адресатом. Образ автора.
27. Способы воздействия на адресата в СМИ.
28. Морально-этические нормы журналистики в отечественных документах.
29. Морально-этические нормы журналистики в зарубежных документах.
30. Виды заголовков и лидов.
31. Композиция печатного публицистического произведения, ее компоненты и разновидности.
32. Риторические требования к содержанию публицистического произведения.
33. Стилистические требования к содержанию публицистического произведения.
34. Определение понятия «редакция». Виды структуры редакции.
35. Направления деятельности редакции.
36. Особенности журналистского труда. Должностные лица редакции и их обязанности.
37. Методы управления редакцией. Перспективное и текущее планирование ее работы.
38. Допечатный, печатный и послепечатный редакторско-издательские процессы.
39. Виды печати.
40. Форматы и элементы оформления периодических печатных изданий.
41. Макетирование и моделирование газетных полос.
42. Фотожурналистика и ее жанры. Место и роль фотографии в периодическом печатном издании.
43. Работа отдела по связям с общественностью редакции периодического издания.
44. Виды сотрудничества редакции с отделами по связям с общественностью других организаций.
45. Информационный рынок и медиарынок. Структура медиарынка.
46. СМИ как основная единица медиарынка.
47. Современные тенденции развития медиарынка.
48. Крупнейшие информационные агентства России и зарубежных стран.
49. Крупнейшие международные и зарубежные журналистские организации России и зарубежных стран.
50. Радиовещание как техническое средство передачи информации и как часть системы средств массовой информации. Структура радиостанции.
51. Радиожурналистика.
52. Телевидение как техническое средство передачи информации и как часть системы средств массовой информации. Телестудия, телепрограмма, телеканал.
53. Журналистские и нежурналистские профессии на телевидении.
54. Тележурналистика.
55. Информационные возможности Интернета.
56. Виды онлайн-СМИ.
57. Роль интернета в профессиональной деятельности журналиста.

Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию
Вопросы для проведения итогового контроля знаний

1. Понятия «медиакоммуникация» и «медиа сфера».
2. Понятие массовой информации.
3. Понятие средств массовой информации. Общие функции и типология СМИ.
4. Виды источников информации журналиста. Способы проверки их надежности. Веб-сеть как канал получения информации.
5. Информационный повод создания журналистского радио-, телесообщения. Соотношение информационного повода с темой сообщения.
6. Виды композиции журналистского произведения.
7. Радиовещание как техническое средство передачи информации.
8. Радиовещание как часть системы средств массовой информации.
9. Телевидение как техническое средство передачи информации.
10. Телевидение как часть системы средств массовой информации.
11. Традиционные методы сбора материала в журналистике.
12. Нетрадиционные методы сбора материала в журналистике. Особенности сбора материала в радио- и тележурналистике.
13. Методы осмысления и обработки материала в журналистике.
14. Понятие «информация». Требования к журналистской информации. Ее типы и виды.
15. Жанровая классификация печатных произведений журналистики.
16. Информационные жанры печатных произведений журналистики.
17. Аналитические жанры печатных произведений журналистики
18. Художественно-документальные жанры печатных произведений журналистики.
19. Жанровая классификация в радиожурналистике.
20. Художественно-документальные жанры радиожурналистики.
21. Информационные жанры радиожурналистики.
22. Аналитические жанры радиожурналистики.
23. Жанровая классификация в тележурналистике.
24. Информационные жанры тележурналистики.
25. Аналитические жанры тележурналистики.
26. Художественно-документальные жанры тележурналистики.
27. Журналистские и нежурналистские профессии на телевидении.
28. Звукозрительный образ в тележурналистике.
29. Звуковой образ в радиожурналистике.
30. Формообразующие средства радиожурналистики.
31. Стилеобразующие средства радиожурналистики.
32. История возникновения телевидения (до середины XX в.)
33. Сценарий в тележурналистике.

- 34.Съемка в тележурналистике.
- 35.Понятие «кадр» в тележурналистике.
- 36.Роль ведущих радио-, теленовостей. Сравнительная характеристика анонса теленовостей и лида.
- 37.Шпигель в теленовостях в сравнении с заголовком произведения печатной журналистики.
- 38.Этапы и компоненты редакционно-издательского процесса.
- 39.Эволюция редакционно-издательского процесса от персональной журналистики до настоящего времени.
- 40.Принципы внешнего оформления печатного издания. Комплексы элементов оформления.
- 41.Прогресс в оформлении периодических изданий XVII- XXI вв.
- 42.Фотожурналистика и ее жанры.
- 43.Роль и место изображения в печатном произведении и в Интернете.
- 44.Модели взаимодействия журналиста с адресатом произведения. Способы воздействия на аудиторию СМИ.
- 45.Виды и средства создания образа автора журналистского произведения.
- 46.Особенности журналистского труда.
- 47.Права автора согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации.
- 48.Права и обязанности журналиста, согласно Закону РФ «О СМИ».
- 49.Морально-этические нормы журналистики и регулирующие их документы.
- 50.Обеспечение информационной безопасности Российской Федерации, согласно «Доктрине информационной безопасности российской федерации».
- 51.Особенности и направления деятельности редакции как предприятия.
- 52.Менеджмент редакции и редакционный маркетинг.
- 53.Методы управления редакцией.
- 54.История возникновения Интернета (XX в.) и его функции в современном обществе.
- 55.Интернет в профессии журналиста.
- 56.СМИ в Интернете.
- 57.Российская блогосфера. Отличия блогерства от журналистики.
- 58.Развитие собственности в медиаиндустрии: от индустриализации печати к конвергенции СМИ.
- 59.Рынок информации и медиарынок. Структура медиарынка.
- 60.Формирование и современное состояние отечественного медиарынка (с XVIII по XXI вв.)
- 61.Российский медиарынок.
- 62.Эволюция и современное состояние мировых, российских и советских информационных агентств.
- 63.Крупнейшие отечественные и зарубежные информационные агентства.

64. Соотношение традиционных и электронных СМИ на медиарынке.
65. Виды структуры редакции, ее звенья.
66. Права и должностные обязанности творческих сотрудников редакции.
67. Структура и функционирование радиостанции.
68. Типы вступления и заключения журналистского произведения.
69. Типы и виды печати.
70. Виды капитала и собственности в медиаиндустрии.

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Таблица 8

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку « отлично » заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку « хорошо » заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно / зачтено)	оценку « удовлетворительно » / « зачтено » заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно / незачтено)	оценку « неудовлетворительно » / « не зачтено » заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Киселев, Александр Георгиевич. Теория и практика массовой информации: учебник для вузов. – Москва: Кнорус, 2009.
2. Морозов В.Э., Бугаева И.В. Информационные и аналитические жанры современной российской периодической печати: Практикум по курсу «Теория и практика массовой информации» подготовки бакалавров по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью». М., 2014.
3. Морозов В.Э., Бугаева И.В. Художественно-публицистические жанры современной российской периодической печати: Практикум по курсу «Теория и практика массовой информации» подготовки бакалавров по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью». М., 2014.

4. Кисилев А.Г. Теория и практика массовой информации: Подготовка и создание медиатекстов. – СПб: Питер, 2011.

7.2 Дополнительная литература

1. Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса. – М.: Аспект Пресс, 2009.
2. Галкин С.И. Техника и технология СМИ. Художественное конструирование газеты и журнала: учеб. пособие / С. И. Галкин. М.: Аспект Пресс, 2008.
3. Мельник Г.С. Деловая журналистика: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 030600 «Журналистика» и специальности 030601 «Журналистика» / Г. Мельник, С. Виноградова. – М.: Питер, 2010.
4. Коханова Л.А. Экологическая журналистика, PR, реклама: учебное пособие / Л. А. Коханова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
5. Правовые и этические нормы в журналистике / Составитель Е. П. Прохоров. М.: Аспект Пресс, 2007.

7.3 Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации.
2. «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации», утверждена указом № 646 Президента РФ от 5 декабря 2016 г.
3. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 18.04.2018) "О средствах массовой информации"
4. Закон РФ от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»

7.4 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

1. Примерная программа дисциплины «История отечественной журналистики федерального компонента цикла ОПД ГОС ВПО второго поколения по специальности 030601 «Журналистика». М.: Минобрнауки РФ, 2005.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

<https://digital.gov.ru/ru/>

<http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports>

http://fictionbook.ru/author/boris_ivanovich_esin/istoriya_russkoyi_jurnalistiki_1703_1917/read_online.html?page=1

<http://www.mylect.ru/journalist/474-istoryjoutn.html?start=1>

<http://www.ffmpeg.ru/osnovy-zhurnalistiki-korkonosenko/>

<http://www.jourmedia.ru/>

9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. www.rg.ru – Российская газета.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

- аудиторный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева: специализированные аудитории, оснащенные спецоборудованием для проведения лекционных занятий (средства мультимедиа) и для проведения практических занятий (средства мультимедиа или компьютерные классы с доступом к сети Интернет, информационным базам данных для решения задач, тестирования и анализа правовых норм);
- библиотечный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева (учебная, научная, монографическая литература, сборники судебной практики, юридическая периодика).

Таблица 9

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

№ учебного корпуса (адрес*)	№ помещения	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 250 а.	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	CelD-1800/512/80/DVD-R ин.№ 558788/200 Доска белая ин.№ 558762/2 Мультимедийный проектор BENQ MW526E ин.№ 210138000003859 Крепление для проектора ин.№ 558769/1 Экран с электроприводом ин.№ 558771 Копозиция стол+2 студ.стула Медалист 120*50*76- 6 шт. ин.№ 594115 - 594120 Парты + скамейки (Комплект Медалист)-12 шт. ин.№ 593972 -593984
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 249 а.	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. ин.№ 598946 Стол аудиторный ин.№ 558588 18 шт. Стул ученический ин.№ 558591 36 шт. Стол для преподавателя ин.№ 558592/2 Стул ИЗО ин.№ 558590 1 шт.

		работы	
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 248 а.	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. ин.№ 598947 Стулья лекционные ИСЦ с откидн.столиком и пюпитром 24 шт. Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый) 1 шт. Стол переговорный на 8-10 мест 220*120*76+2 сектора +4 опоры ин.№ 598951 Стол письменный ин.№ 554542
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 251 а.	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	Доска меловая – 1 шт. Парты + скамейки (Комплект Медалист)-11 шт. ин.№ 593960 -593971 Стол письменный ин.№ 554542 Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый)1 шт.
Лиственничная аллея, 2, кор.1		Центральная научная библиотека им. Н.И. Железнова. Читальные залы	9 читальных залов (5 компьютеризированных), организованных по принципу открытого доступа и оснащенных WiFi , Интернет-доступом
Верхняя аллея, 1		Общежитие №9. Комната для самоподготовки	

№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 249 а.	Не приспособлено	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел .ин.№ 598946 Стол аудиторный ин.№ 558588 18 шт. Стул ученический ин.№ 558591 36 шт. Стол для преподавателя ин.№ 558592/2 Стул ИЗО 558590 1 шт.
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 248 а.	Не приспособлено	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. ин.№ 598947 Стулья лекционные ИСЦ с откидн.столиком и пюпитром 24 шт. Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый) 1 шт. Стол переговорный на 8-10 мест 220*120*76+2 сектора +4 опоры ин.№ 598951 Стол письменный ин.№ 554542
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 251 а.	Не приспособлено	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	Доска меловая – 1 шт. Парты + скамейки (Комплект Медалист)-11 шт. ин.№ 593960 - 593971 Стол письменный ин.№ 554542 Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый)1 шт.

11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

1. Концепция данного курса предполагает динамичное сочетание традиционных проблем в преподавании журналистики с актуальными запросами нового времени.

2. Курс ориентирован на конкретные положения образовательных стандартов, программ и учебников. Во вводной части следует подчеркнуть прямую связь занятий с базовыми требованиями и пояснить выбор конкретной тематики ее актуальностью, недостаточной разработанностью материала в учебной литературе и практике преподавания. Особо важен акцент на конкретном применении научных методик на примерах, доступных для живого восприятия и непосредственно выходящих на педагогический опыт.

3. Курс носит критический характер, т.е. предполагает активное восприятие материала, в ряде случаев допустимо обострение дискуссионных положений, недостатков в сложившейся практике и т.д. – с привлечением соответствующих риторических приемов полемики.

4. В содержании курса находят отражение материалы новых публикаций, дискуссий, конференций, проходящих в текущем времени. Предполагается привлечение слушателей к изучению их материалов.

5. С целью активизации восприятия предполагается сочетание традиционного материала с самыми современными явлениями и технологиями. Это способствует цельному и динамичному восприятию учебного курса.

6. Курс предполагает свободную дискуссию по принятым вопросам, включение материалов и форм работы по предложениям слушателей.

7. Для усиления убедительности привлекаются мультимедийные материалы, а также источники из смежных областей знания и культуры – с указанием исходных данных, ссылками на конкретные публикации. Привлекаются подходящие материалы, подготовленные слушателями. На сайте кафедры предполагается размещение не только программы занятий, но и подготовленных презентаций, иллюстраций, конспектов и проч. в режиме свободного доступа и дальнейшего использования – с соблюдением авторских прав.

8. Используются современные средства коммуникации для проведения самостоятельной работы слушателей, такие как интернет, электронная почта, форумы, в том числе с целью отработки соответствующих современных навыков и технологий.

10. *Отбор материала для лекционных занятий* определяется их темами. Слушателю следует тщательно ознакомиться с содержанием каждой темы в учебной литературе и подготовить вопросы лектору.

11. *Семинарские занятия* предназначены для углубленного изучения той или иной дисциплины и овладения методологией применительно к особенностям изучаемой отрасли науки. Они выполняют следующую роль.

- ✓ стимулируют регулярное изучение первоисточников и другой литературы, внимательное отношение к лекционному курсу;
- ✓ закрепляют знания, полученные при прослушивании лекции и самостоятельной работе над литературой;

- ✓ расширяют круг знаний благодаря выступлениям товарищей и преподавателя на занятии;
- ✓ позволяют слушателям проверить правильность ранее полученных знаний, вычленив в них наиболее важное, существенное;
- ✓ способствуют превращению знаний в твердые личные убеждения, рассеивают сомнения, которые могли возникнуть на лекциях и при изучении литературы, что особенно хорошо достигается в результате столкновения мнений, дискуссии;
- ✓ прививают навыки самостоятельного мышления, устного выступления по теоретическим вопросам;
- ✓ приучают слушателей свободно оперировать терминологией;
- ✓ предоставляют возможность преподавателю систематически контролировать уровень самостоятельной работы слушателей над учебным материалом, степень их внимательности на лекциях;
- ✓ позволяют изучить их мнения, интересы, служат средством контроля преподавателя не только за работой слушателей, но и за своей собственной как лектора и руководителя семинара.

12. При подготовке к семинарскому занятию следует точно уяснить тему и цель семинарских занятий. Важное место должно отводиться *вопросу о взаимосвязи между семинаром и лекцией*, семинаром и самостоятельной работой слушателей, о характере и способах такой взаимосвязи. Семинар не повторяет лекцию, вместе с тем сохраняя связь принципиальных положений лекции с содержанием семинарского занятия.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, пропустивший занятия, обязан в часы консультаций прийти на кафедру, к преподавателю дисциплины, имея при себе конспекты лекций и выполненные задания по пропущенным занятиям в соответствии с планом семинара. Студент должен быть готовым аргументированно ответить на вопросы преподавателя по пропущенной теме.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

Раздел 1 – «Роль и место медиакоммуникации и медиасферы в обществе»

Оттолкнувшись от изученных студентами в курсе «Основы теории коммуникации» понятий «коммуникация» и «информация», можно перейти к определению понятий «массовая коммуникация» и «массовая информация». Учащиеся должны усвоить правовой подход к определению того, что следует понимать под средствами массовой информации, согласно «Закону средствах массовой информации РФ». Подробное изучение этого закона студент предпринимает самостоятельно. Нужно также добиться знания студентами того, какую информацию следует считать массовой, а также, что СМИ призваны нести обществу. Учащимся необходимо понять, что СМИ можно классифицировать по-разному в зависимости от выбранного критерия: форма собственности, на-

личие /отсутствие цели получить прибыль, адресат, сфера распространения и др. На практических занятиях важно научить студентов пользоваться знаниями для определения того, является ли тот или иной объект средством массовой информации и для установления типов конкретных СМИ по всем критериям.

Учащиеся должны понять, что для успешного выполнения СМИ своих общественных задач должны быть созданы определенные условия их работы и отношений с государством. В то же время деятельность СМИ может наносить определенный вред как обществу в целом, так и личности. Кроме того, нуждаются в разрешении конфликты, возникающие между разными СМИ и между ними и другими юридическими лицами. Студенты должны познакомиться с правовыми документами (см. выше), регулирующими функционирование медиасреды с целью обеспечивать наилучшие условия для работы СМИ и предупреждать отрицательные последствия деятельности некоторых из них. Тема преподается в основном лекционно, так как задача студентов в данном случае ограничивается получением общего представления о проблемах и мерах их решения. Непосредственное знакомство с текстами законодательства о СМИ происходит в ходе самостоятельной работы студента, а их систематическое изучение может быть проведено в курсе «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы».

Раздел 2 – «Медиарынок и другие общественно-экономические формы взаимодействия субъектов медиасферы»

В ходе курса студенты должны развить знания, полученные в курсе «Экономика», в направлении того, как организован рынок СМИ, основным товаром на котором является информация, производимая «индустрией свободного времени». Студенты должны познакомиться с современными тенденциями глобализации, концентрации и конвергенции, действующими на этом рынке. Необходимо изучить основные информационные агентства как главные поставщики информации и международные журналистские организации, отстаивающие права журналистов на медиарынке и способствующие их работе. В качестве самостоятельной работы учащиеся могут получить задание подробно описать медиарынок какой-либо страны.

В продолжение изучения медиарынка студентам целесообразно подробно познакомиться с организацией и особенностями отечественного медиарынка. Для этого в числе прочего они должны изучить доклады Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям о состоянии сегментов медиарынка в истекшем году. В качестве самостоятельной работы им может быть предложено составить пресс-релизы отдельных российских СМИ и информационных агентств.

Раздел 3 – «Особенности деятельности СМИ и других единиц медиарынка»

Изучение деятельности редакции происходит преимущественно на лекциях. Учащиеся знакомятся с деятельностью редакции как предприятия: видами редакций по собственности, направлениями деятельности, видами структуры редакции, обязанностями ее должностных лиц, методами управления редак-

цией, планированием деятельности. На практических занятиях изучаются сетевой график редакции и сетка вещания. Собственно экономические стороны деятельности СМИ как предприятия студенты могут изучить в курсе «Экономика».

Другая цель – знакомство с этапами редакционно-издательского процесса через усвоение основных терминов, обозначающих те или иные действия по подготовке, изданию и распространению периодической печати. Кроме того, студенты изучают популярные в прошлом и современные способы печати.

На практических занятиях анализируется форма конкретных номеров периодических изданий. Занятия носят в основном практический характер. усваивают элементы оформления периодического печатного издания и применяют полученные знания для анализа оформления конкретных номеров периодических изданий на занятиях.

На лекциях студенты знакомятся с организацией радио и телевидения и творческими приемами радио и тележурналистов. На практических занятиях целесообразно организовать анализ конкретных произведений с использованием аудио и видеотехники. Самостоятельно студенты изучают краткую историю радио и телевидения.

Рассматривая место работы по связям с общественностью в редакционно-издательском процессе, нужно поставить знания, навыки и умения, приобретенные при изучении модуля, в непосредственную связь с профессиональными задачами сотрудников по связям с общественностью редакций и других организаций. Занятия целесообразно провести как встречу со специалистами, занимающими соответствующие должности.

Раздел 4 – «Медиакоммуникация в Интернете»

В ходе изучения модульной единицы студенты развивают знания, полученные в курсе «Информатика» в направлении того, для чего Интернет может быть использован журналистом, в том числе какие сайты призваны способствовать работе журналиста, как определять надежность информации, получаемой из Интернет-источников, и др. Студенты должны познакомиться с видами Интернет-СМИ и в качестве самостоятельной работы выполнить пресс-релиз одного из них.

Раздел 5 – «Журналист как ведущий субъект медиакоммуникации. Принципы и методы журналистского творчества»

Весьма важно добиться от студентов понимания разницы между широкой темой публицистического произведения, его узкой темой (предметом сообщения) и тем событием, которое стало информационным поводом для создания данного произведения. Кроме того, учащимся нужно глубоко осознать разницу между излагаемыми фактами, их оценкой, а также прогнозами, гипотезами, версиями, неизбежно сопряженными с интерпретацией фактов (домысливанием). Студенты должны понимать различия между домыслом, вымыслом и измышлением. Учащиеся должны понимать цели, с которыми журналист создает свое произведение, поднимаемые им проблемы и выдвигаемые идеи, что в со-

вокупности с выбором жанра и примерного объема текста ложится в основу авторского замысла. На практических занятиях учащиеся должны приобрести умения профессионального анализа печатного публицистического произведения для определения его информационного повода, широкой и узкой темы, проблемы, идеи и цели автора, а также для разграничения подаваемых в тексте фактов, их интерпретации и оценки.

Студенты знакомятся с традиционными и нетрадиционными методами сбора информации, приемами и уловками, которыми при этом пользуются журналисты, и получают представление о применяемом ими оборудовании. Студентом необходимо также изучить классификацию источников информации и степень их надежности. Далее учащиеся глубоко осознают различия между методами обработки информации, особенно между логическим и художественно-образным, постигают цели их применения. На практических занятиях студенты приобретают умения определять, насколько это возможно в каждом конкретном случае, методы сбора информации, использованные журналистом, его источники информации, их надежность, и методы обработки информации.

Студентам нужно уяснить принципиальные отличия между личностью автора публицистического произведения и тем образом, в котором он стремится предстать перед своей аудиторией. Нужно знать типы образов автора и способы его создания, выражения автором своего «Я».

Студентам важно также познакомиться с основными «профессиональными журналистскими идеологиями» как способами взаимодействия автора с читателем в смысле вовлечения его в соразмышление: авторитарно-технократической, информационно-познавательной и коммуникативно-познавательной. Учащиеся, кроме исторической справки о времени преобладания этих идеологий, должны знать цели и условия их применения в современной журналистике. В развитие данной темы нужно осветить основные средства воздействия автора на читателя.

На практических занятиях студентам нужно научиться на примерах конкретных публицистических текстов определять образ автора, его модель взаимодействия с читателем, находить использованные им средства создания этого образа и воздействия на читателя.

Студентам необходимо всесторонне ознакомиться с морально-этическими нормами журналистской деятельности, согласно «Международные принципы журналистской этики» (Прага, 1983) и на практических занятиях рассмотреть конкретные ситуации, в которых их актуальность особенно возрастает. Российские документы по журналистской этике студенты изучают самостоятельно, отчитываясь перед преподавателем на практических занятиях, а их систематическое изучение может быть проведено в курсе «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы».

Раздел 6 – «Форма и содержание произведения журналистики»

Занятия по данному модулю носят преимущественно практический характер. Студенты знакомятся с типами заголовков и лидов и их назначением и приобретают умения определять их на примерах конкретных публикаций, радио- и телематериалов.

Раздел 7 – «Жанры печатной журналистики»

Студенты должны научиться различать типы информации, сообщаемой СМИ, в первую очередь печатными, чтобы на практике понимать разницу между фактом, его оценкой, предположением, побуждением к действию или к воздержанию от него. Учащиеся знакомятся с определением понятия «жанр текста» и жанрообразующими факторами, чтобы понять, что выбор журналистом того или иного жанра для создания публицистического произведения не случаен, а нацелен на лучшее сообщение информации и зависит от сочетания целого ряда обстоятельств. Учащиеся также должны получить общее представление о том, что такое метод сбора информации, чтобы видеть разницу между тем, каким путем информация поступает к журналисту и тем, в виде какого сообщения она им публикуется.

Прежде чем приступить к изучению конкретных жанров, учащимся важно познакомиться с принципами их типологии, чтобы видеть связь между задачами и средствами создания произведений родственных по типу жанров.

Начинать изучение целесообразно с жанров печатной журналистики, так как письменный текст более доступен для анализа, чем аудио и аудиовизуальные произведения. Первыми изучаются информационные жанры, как более простые по своей информационной организации. Главная цель практических занятий – научить студентов профессионально определять жанры конкретных публицистических текстов в ходе просмотрового чтения и понимать, с какой целью следует прибегать к чтению текстов разных жанров, какого рода информация может быть получена при их более подробном чтении. В ходе лекций студенты должны понять, что назначение аналитических и художественно-публицистических текстов состоит не только в передаче фактических сведений, но и в выражении определенного взгляда на предмет сообщения. Далее учащимся нужно осознать различия между рационально-логическим выражением мнения, преобладающим в аналитических текстах, и образной, присущей произведениям художественной публицистики. Важно также научить студентов различать типичный образ и словесный образ в художественно-публицистическом тексте, а также типичный образ в публицистике и типический в художественной литературе. На практических занятиях студенты должны достичь умений в ходе просмотрового чтения определять жанры текстов и оценивать возможности их использования для получения той или иной информации и для решения задач связей с общественностью.

Раздел 8 – «Жанры радио- и тележурналистики»

Материал данной модульной единицы в основном преподается лекционно. Студенты должны получить определение термина «радиожурналистика», получить представление о жанрообразующих признаках в радиожурналистике и о жанровых различиях ее произведений. На практическом занятии, проводимом с использованием звуковоспроизводящих устройств, преподаватель ставит перед учащимися задачу определить жанры прослушиваемых произведений, которые не должны вызывать больших трудностей при проведении их анализа.

Программу разработал:

Морозов В.Э., д-р филолог. н., проф.



РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Реклама и связи с общественностью в сфере (отрасли АПК)» (квалификация выпускника – бакалавр)

Зайцевым Алексеем Анатольевичем, кандидатом филологических наук, зав.кафедрой русского языка и культуры речи ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева (далее по тексту - рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат), разработанной в ФГБОУ ВО «Российский аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре связей с общественностью и речевой коммуникации (разработчик – Морозов Валерий Эдгартович, доктор филологических наук, профессор каф. связей с общественностью и речевой коммуникации)

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к вариативной части учебного цикла – Б1, является дисциплиной по выбору.

3. Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОС направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Теория и практика медиакоммуникаций» закреплена 1 компетенция. Дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» и представленная Программа способны реализовать их в объявленных требованиях.

5. Результаты обучения, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

6. Общая трудоёмкость дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» составляет 6 зачётных единиц (216 часов).

7. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросах исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 «Теория и практика медиакоммуникаций» и возможность дублирования в содержании отсутствует.

8. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

9. Программа дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» предполагает 4 занятия в интерактивной форме.

10. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

11. Представленные и описанные в Программе формы текущей оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления и участие в дискуссиях, беседах, участие в тестировании, работа над домашними заданиями), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Промежуточный контроль знаний студентов, предусмотренный Программой, осуществляется в форме зачета и экзамена, что соответствует статусу дисциплины, как

дисциплины базовой части учебного цикла – Б1 ФГОС направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

12. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 4 источника (базовый учебник), дополнительной литературой – 5 наименований, соответствует требованиям ФГОС направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Теория и практика массовой информации» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

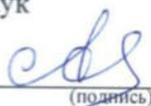
14. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Теория и практика медиакоммуникаций».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфере АПК)» (квалификация выпускника – бакалавр), разработанная Морозовым В.Э., профессором кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации, д.филол.н., профессор, соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент:

Зайцев А.А., зав. кафедрой русского языка и культуры речи
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева,
кандидат филологических наук


(подпись)

« 11 » 11 2018 г.