

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Муромский институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
**«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»**
(МИ ВлГУ)

Кафедра *ПМК*

«УТВЕРЖДАЮ»
Заместитель директора по УР
_____ Д.Е. Андрианов
_____ 16.06.2020

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Теория и практика медиакоммуникаций

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

*Реклама и связи с общественностью в
коммерческой и производственной сфере*

Семестр	Трудоем- кость, час./зач. ед.	Лек- ции, час.	Практи- ческие занятия, час.	Лабора- торные работы, час.	Консультация, час.	Конт- роль, час.	Всего (контакт- ная работа), час.	СРС, час.	Форма промежу- точного контроля (экз., зач., зач. с оц.)
5	144 / 4	16	16		1,6	0,25	33,85	110,15	Зач.
6	180 / 5	16	32		3,6	2,35	53,95	99,4	Экз.(26,65)
Итого	324 / 9	32	48		5,2	2,6	87,8	209,55	26,65

Муром, 2020 г.

1. Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины - сформировать представления о:

- ключевых теоретических концепциях и практических реалиях деятельности масс-медиа в современном конвергентном информационном пространстве,
- теоретических и практических аспектах взаимодействия специалистов медиасферы и по связям с общественностью, рекламе,
- особенностях деятельности масс-медиа как сферы творчества и менеджмента.

Задачи дисциплины:

- обозначить концептуальные направления изучения масс-медиа в перспективе их конвергентного развития;
- сформировать совокупность навыков анализа теоретического и эмпирического материала для дальнейшего применения в теоретической и практической деятельности;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина "Теория и практика медиакоммуникаций" базируется на курсах "Теория и практика связей с общественностью", "Основы теории коммуникации", "Теория текста". На данной дисциплине базируется изучение курсов "Медиапланирование", "Интегрированные коммуникации".

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
РПК-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	РПК-3.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	знать виды форматов коммуникационных продуктов (РПК-3.2) знать виды коммуникационных каналов (РПК-3.2) уметь определять соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала (РПК-3.2)	отчет о результатах статистического исследования
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	знать основные модели медиакоммуникационных систем, в том числе журналистики (ОПК-5.1) уметь определять факторы, влияющие на развитие медиакоммуникационных систем (ОПК-5.1) владеть навыками факторного анализа развития медиакоммуникационных систем (ОПК-5.1)	вопросы, тест, бизнес-план, статья, отчет о результатах статистического исследования
	ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных	знать особенности и механизмы функционирования разных медиакоммуникационных систем (ОПК-5.2) уметь определять	

	процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	тенденции развития коммуникационных процессов (ОПК-5.2) владеть навыками анализа коммуникационных процессов в медиакоммуникационных системах (ОПК-5.2)	
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	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	знать различные виды коммуникационных, в том числе журналистских, продуктов (ОПК-1.1) уметь определять особенности медиапродуктов разных коммуникационных систем (ОПК-1.1)	тест, статья

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 часа.

4.1. Форма обучения: очная

Уровень базового образования: среднее общее.

Срок обучения 4г.

4.1.1. Структура дисциплины

№ п\п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником							Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации(по семестрам)
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	КП / КР	Консультация	Контроль		
1	Медиакоммуникации	5	10	10						52	устный опрос, тестирование, практическое задание
2	Журналистика	5	6	6						58,15	тестирование, написание статьи
Всего за семестр		144	16	16				1,6	0,25	110,15	Зач.
3	Журналистика	6	4	12							тестирование, написание статьи
4	Средства массовой коммуникации	6	12	20						80,55	статистическое исследование
Всего за семестр		180	16	32			+	3,6	2,35	99,4	Экз.(26,65)
Итого		324	32	48				5,2	2,6	209,55	26,65

4.1.2. Содержание дисциплины

4.1.2.1. Перечень лекций

Семестр 5

Раздел 1. Медиакоммуникации

Лекция 1.

Средства массовой информации (2 часа).

Лекция 2.

Государственная информационная политика (2 часа).

Лекция 3.

Медиарынок (2 часа).

Лекция 4.

Производители и потребители медиапродукции (2 часа).

Лекция 5.

Продукты СМИ (2 часа).

Раздел 2. Журналистика

Лекция 6.

Теории прессы (2 часа).

Лекция 7.

Организационные основы журналистики (2 часа).

Лекция 8.

Журналистика как профессия (2 часа).

Семестр 6

Раздел 3. Журналистика

Лекция 9.

Технологии сбора информации (2 часа).

Лекция 10.

Журналистские произведения (2 часа).

Раздел 4. Средства массовой коммуникации

Лекция 11.

Типология и структура печатных изданий (2 часа).

Лекция 12.

Радио как средство массовой информации (2 часа).

Лекция 13.

Производство радиопродуктов (2 часа).

Лекция 14.

Тележурналистика (2 часа).

Лекция 15.

Производство телепродуктов (2 часа).

Лекция 16.

Интернет как СМИ (2 часа).

4.1.2.2. Перечень практических занятий

Семестр 5

Раздел 1. Медиакоммуникации

Практическое занятие 1

Средства массовой информации (2 часа).

Практическое занятие 2

Государственная информационная политика (2 часа).

Практическое занятие 3

Медиарынок (2 часа).

Практическое занятие 4

Производители и потребители медиапродукции (2 часа).

Практическое занятие 5

Продукты СМИ (2 часа).

Раздел 2. Журналистика

Практическое занятие 6

Теории прессы (2 часа).

Практическое занятие 7

Организационные основы журналистики (2 часа).

Практическое занятие 8

Журналистика как профессия (2 часа).

Семестр 6

Раздел 3. Журналистика

Практическое занятие 9

Нормативные теории прессы (2 семестр) (2 часа).

Практическое занятие 10

Организационные основы журналистики (2 часа).

Практическое занятие 11

Журналистика как профессия (2 часа).

Практическое занятие 12

Технологии сбора информации (2 часа).

Практическое занятие 13

Журналистские произведения (2 часа).

Практическое занятие 14

Интервью и репортажи (2 часа).

*Раздел 4. Средства массовой коммуникации***Практическое занятие 15**

История печати (2 часа).

Практическое занятие 16

Типология и структура печатных изданий (2 часа).

Практическое занятие 17

Радио как средство СМК (2 часа).

Практическое занятие 18

Программы и передачи современного радио (2 часа).

Практическое занятие 19

История телевидения (2 часа).

Практическое занятие 20

Телевидение как СМИ (2 часа).

Практическое занятие 21

Организационные и технологические основы деятельности телевидения (2 часа).

Практическое занятие 22

Программы и передачи современного телевидения (2 часа).

Практическое занятие 23

Интернет как средство СМК (2 часа).

Практическое занятие 24

Особенности ресурсов Интернета (2 часа).

4.1.2.3. Перечень лабораторных работ

Не планируется.

4.1.2.4. Перечень тем и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Перечень тем, вынесенных на самостоятельное изучение:

1. Классификации информации.
2. Философские, кибернетические, социальные, психологические стороны информации.
3. Барьеры получения информации.
4. История исследований информации.
5. История информационных войн.
6. Российские федеральные средства массовой информации.
7. Региональные и местные СМИ.
8. Источники доходов медиа производителей.
9. Пресс-релиз.
10. История советской журналистики.
11. История европейской журналистики.
12. История американской журналистики.
13. История азиатско-африканской журналистики.
14. Деятельность мировых и российских информационных агентств.
15. Подготовка журналистского материала.
16. Профессиональные качества журналиста.
17. Психологический портрет журналиста.
18. Творчество знаменитых журналистов.

19. Фотожурналистика.
20. Технология производства печатных изданий.
21. Дизайн печатного издания.
22. Реклама в печатных изданиях.
23. Радиорепортаж.
24. Радиопередача.
25. Радиореклама.
26. Телерепортаж.
27. Телепередача.
28. Телереклама.
29. Создание интернет-сайта.
30. Реклама в Интернете.

Для самостоятельной работы используются методические указания по освоению дисциплины и издания из списка приведенной ниже основной и дополнительной литературы.

4.1.2.5. Перечень тем контрольных работ, рефератов, ТР, РГР, РПР

Не планируется.

4.1.2.6. Примерный перечень тем курсовых работ (проектов)

1. Буржуазный исторический тип журналистики и его современное проявление.
2. Религиозно-клерикальный исторический тип журналистики и его современное проявление.
3. Советский исторический тип журналистики и его современное проявление.
4. Пресса и журналистика в дореволюционной России.
5. Информационное общество: теория и практика.
6. Региональные средства массовой коммуникации (на примере своего региона).
7. Профессиональные риски в журналистике.
8. Информационные войны: история и современность.
9. Технология производства печатных изданий.
10. Теория и практика фотожурналистики.
11. Портрет потребителя СМИ: мотивационный аспект.
12. Конвергенция медиа.
13. Модели и процессы эффективности медиа.
14. Деловые и корпоративные СМИ.
15. СМИ и связи с общественностью: парадигмы взаимодействия.
16. Научные подходы к исследованию массовой коммуникации.
17. Информационное сопровождение деятельности организации.
18. Российские СМИ в контексте теорий прессы.
19. Отражение в СМИ материалов о высшем учебном заведении.
20. Теории медиа и их современное проявление.
21. Гендерные стереотипы в СМИ.
22. Информационная политика вуза.
23. Государственная информационная политика: региональный аспект.

5. Образовательные технологии

Используется проблемное чтение лекций с элементами дискуссий. На практических занятиях используются деловые игры, анализ документов, контент-анализ материалов СМИ, информационные технологии, статистические исследования.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Фонды оценочных материалов (средств) приведены в приложении.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

7.1. Основная учебно-методическая литература по дисциплине

1. Жилавская, И. В. Виды медиа: типология и история : учебное пособие / И. В. Жилавская, К. К. Онучина. — Москва : Московский педагогический государственный университет, 2020. — 208 с. - <https://www.iprbookshop.ru/105892.html>
2. Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселёв. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 431 с. - <https://www.iprbookshop.ru/81693.html>
3. Рябова, Т. Г. Теория и практика средств массовой информации : учебное пособие / Т. Г. Рябова, С. И. Шелонаев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 144 с. - <https://www.iprbookshop.ru/102977.html>

7.2. Дополнительная учебно-методическая литература по дисциплине

1. Донских, А. Г. Журналистика и новейшие медиа в аспекте права, деонтологии и медиаобразования. Новые реалии : монография / А. Г. Донских. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. — 121 с. - <https://www.iprbookshop.ru/107944.html>
2. Жилавская, И. В. История развития медиаобразования : учебное пособие / И. В. Жилавская, Д. А. Зубрицкая. — Москва : Московский педагогический государственный университет, 2017. — 120 с. - <https://www.iprbookshop.ru/72495.html>
3. Журнал "Вестник Московского университета. Серия 10: журналистика" - http://elibrary.ru/title_about.asp?id=8376
4. Журнал "Вестник Российского Университета дружбы народов. Серия: литературоведение, журналистика" - http://elibrary.ru/title_about.asp?id=25713
5. Журнал "Вопросы теории и практики журналистики" - http://elibrary.ru/title_about.asp?id=38105
6. Журнал "Медиаисследования" - http://elibrary.ru/title_about.asp?id=53406
7. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией И. М. Синяева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. - <https://www.iprbookshop.ru/71238.html>

7.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

В образовательном процессе используются информационные технологии, реализованные на основе информационно-образовательного портала института (www.mivlgu.ru/iop), и инфокоммуникационной сети института:

- предоставление учебно-методических материалов в электронном виде;
- взаимодействие участников образовательного процесса через локальную сеть института и Интернет;
- предоставление сведений о результатах учебной деятельности в электронном личном кабинете обучающегося.

Информационные справочные системы:

Бесплатная электронная библиотека онлайн "Единое окно к образовательным ресурсам": <http://window.edu.ru/>

Официальный сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций: <https://digital.gov.ru/ru/>

Программное обеспечение:
Не предусмотрено.

7.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

iprbookshop.ru
elibrary.ru
window.edu.ru
mivlgu.ru/iop

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционная аудитория
Комплект учебно-методических пособий, проектор Hitashi, проекционный экран.

9. Методические указания по освоению дисциплины

Для успешного освоения теоретического материала обучающийся: знакомится со списком рекомендуемой основной и дополнительной литературы; уточняет у преподавателя, каким дополнительным пособиям следует отдать предпочтение; ведет конспект лекций и прорабатывает лекционный материал, пользуясь как конспектом, так и учебными пособиями.

На практических занятиях пройденный теоретический материал подкрепляется ответами по основным темам дисциплины, заслушиваются результаты статистического исследования, проверяется выполнение практических заданий.

Самостоятельная работа оказывает важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется обучающимся самостоятельно. Каждый обучающийся самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием дисциплины. Он выполняет внеаудиторную работу и изучение разделов, выносимых на самостоятельную работу, по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Курсовая работа выполняется в соответствии с методическими указаниями на курсовую работу. Обучающийся выбирает одну из указанных в перечне тем курсовых работ, исходя из своих интересов, наличия соответствующих литературных и иных источников. В ходе выполнения курсовой работы преподаватель проводит консультации обучающегося. На заключительном этапе обучающийся оформляет пояснительную записку к курсовой работе и выполняет ее защиту в присутствии комиссии из преподавателей кафедры.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – экзамен. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине разработаны фонд оценочных средств и балльно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. Оценка по дисциплине выставляется в информационной системе и носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия студентов в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения заданий в ходе изучения дисциплины и промежуточной аттестации.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью* и профилю подготовки *Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере*
Рабочую программу составил к.и.н., доцент Гусарова М.Е. _____

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры *ПМК*

протокол № 10 от 27.04.2020 года.

Заведующий кафедрой *ПМК* _____ *Гусарова М.Е.*

(Подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета

протокол № 8 от 24.05.2020 года.

Председатель комиссии ФЭМ _____ *Терентьева И.В.*

(Подпись)

(Ф.И.О.)

Фонд оценочных материалов (средств) по дисциплине
Теория и практика медиакommunikаций

1. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости
по дисциплине

5 семестр

I Вопросы к тесту

1-й рейтинг-контроль

1. Что является объектом курса?

- а) средства массовой информации
- б) массово-информационная деятельность
- в) информация как явление.

2. Определите мотивы избирательности получателя к передаваемой информации:

- а) доступность информации
- б) привлекательность подачи материала
- в) своевременность информации.

3. Назовите одну из особенностей массовой информации:

- а) ориентация на профессиональные вопросы
- б) ориентация на общесоциальные вопросы
- в) невозможность участия в процессе обмена информацией.

4. Назовите один из факторов формирования информационного общества:

- а) политика
- б) идеология
- в) верно все вышеперечисленное.

5. Представители какого направления связывают процессы регулирования взаимодействия СМИ с регулированием отношений и прав собственности на каналы массовой коммуникации

- а) политико-социологического
- б) критического
- в) экономико-социологического.

6. В соответствии с каким критерием информация делится на потенциальную и собственную:

- а) по объему информации
- б) по форме передачи информации
- в) по принципу семиотического усложнения.

7. Престижность обладания информацией – это критерий:

- а) мотивации избирательности к получению информации
- б) оценки ценности информации
- в) оценки качества передаваемой информации.

8. Назовите один из факторов формирования информационного общества:

- а) письменность
- б) разделение труда
- в) верно все вышеперечисленное.

9. Какая из информационных концепций не относится к философским:

- а) атрибутивная
- б) кибернетическая
- в) функциональная.

10. К культурологическим концепциям СМК относят:

- а) феноменологическую
- б) теорию гегемонии СМИ
- в) теорию массового общества.

11. Кто из исследователей начал впервые изучать масс-медиа:
 - а) Мертон
 - б) Вебер
 - в) Парсонс
12. Какую из функций СМИ выделял К. Райт:
 - а) передача социальных норм
 - б) поддержание собственной финансовой независимости
 - в) ухода от реальности, погружение в виртуальный мир
13. Какую из задач решает государственная информационная политика:
 - а) модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры
 - б) подготовка человека к жизни и работе в информационном обществе
 - в) верно все вышеперечисленное
14. Комиссия по информационной политике, информационным технологиям и инвестициям существует:
 - а) при Правительстве РФ
 - б) в Государственной Думе
 - в) в Совете Федерации
15. Субсидии в сфере электронных СМИ предоставляет:
 - а) Россвязь
 - б) Роспечать
 - в) Роскомнадзор
- 2-й рейтинг-контроль
1. Полиграфическая база издательства относится:
 - а) к рынку материалов
 - б) к издательскому рынку
 - в) к техническому рынку
2. Какой из признаков характеризует принадлежность медиа к СМИ:
 - а) периодичность выхода не менее 4 раз в год
 - б) более 1000 экземпляров печатной продукции
 - в) более 3000 экземпляров печатной продукции
3. Какую из функций СМИ выделял Патерсон:
 - а) обеспечивать развлечение общества
 - б) преломление определенного события
 - в) Связывание воедино фрагментов внешней среды и формирование целостного представления об окружающем мире
4. Назовите один из принципов ГИП:
 - а) принцип объективности информации
 - б) принцип открытости политики
 - в) верно все вышеперечисленное
5. Министерство связи и массовых коммуникаций существует:
 - а) при Правительстве РФ
 - б) в Государственной Думе
 - в) в Совете Федерации
6. За соблюдением закона «О рекламе» следит:
 - а) Роскомнадзор
 - б) Министерство связи и массовых коммуникаций
 - в) Федеральная антимонопольная служба
7. Назовите одну из особенностей медиа рынка в России:
 - а) рыночная прозрачность
 - б) низкая динамика развития
 - в) инвестиционная привлекательность
8. Журналистская профессия, связанная с непосредственным участием в событии и передачей актуальной информации в наиболее сжатые сроки:

- а) редактор
 - б) репортер
 - в) хроникер
9. В США было создано информационное агентство:
- а) Рейтер
 - б) Франс Пресс
 - в) Ассошиэйтед Пресс
10. Назовите один из исторических типов журналистики:
- а) российская
 - б) рабовладельческая
 - в) социалистическая
11. Выполнение медиа определенных обязательств перед обществом – это принцип:
- а) авторитарной теории
 - б) либертарианской теории
 - в) теории социальной ответственности
12. Какая теория масс медиа акцентирует влияние на национально-культурные интересы:
- а) социалистическая
 - б) теория развития
 - в) либертарианская
13. Какое из высказываний верно:
- а) журналистика и пресса не одно и то же
 - б) журналистика и пресса – однопорядковые понятия
 - в) журналистика – это СМИ
14. Назовите одну из функций журналистики:
- а) коммуникативная
 - б) социальная
 - в) экономическая
15. Какой из типов агентств проводят на рынке масс медиа первичный маркетинг:
- а) рекламные агентства
 - б) PR-агентства
 - в) информационные агентства
16. Как называется журналистика, обличающая власть:
- а) прецизионная
 - б) расследующая
 - в) новый журнализм
17. Жанр журналистики, описывающий факт без подробностей:
- а) статья
 - б) заметка
 - в) хроника

II. Задания репродуктивного уровня

1-й рейтинг-контроль

1. Проанализируйте средства массовой информации на предмет правильности речи. Найдите лингвистические ошибки и приведите при-меры.

2-й рейтинг-контроль

2. Составьте бизнес-план газеты, журнала, радиостанции

3-й рейтинг-контроль

3. Проведите статистическое исследование на тему «Потребители медиапродукции» и представьте результаты.
4. Составьте социально-психологический портрет журналиста

III Темы для устного опроса

1. Классификации информации.
2. История развития массовой информации и средств ее распространения.
3. Теории информационного общества.
4. Направления и результаты научных исследований в России и за рубежом по проблемам массовой информации (коммуникации). Назвать ученых, занимающихся изучением вопросов, связанных с проблемами массовой коммуникации и информации, перечислить их работы, направления научных исследований и результаты
5. Сущность и функции массовой информации. Привести разные классификации функций. Раскрыть содержание каждой функции и подтвердить примерами
6. Влияние СМИ на социализацию индивида. Показать как позитивное, так и негативное влияние. Привести примеры.
7. Типология СМИ. Охарактеризовать каждый вид (где это возможно) и подобрать по 3 – 4 примера.
8. Основные направления и принципы государственной информационной политики. Результаты ее реализации.
9. Информационные войны: история и современность. Раскрыть сущность понятия, причины появления, механизмы и способы ведения. Информацию подтвердить примерами.

6-й семестр

I Задания репродуктивного уровня

1-й рейтинг-контроль

1. Подготовьте репортаж на какую-либо тему и представьте его
2. Возьмите у кого-либо интервью и запишите его
3. Проведите деловую игру «Журналист принимается на работу»
4. Напишите пресс-релиз

2-й рейтинг-контроль

1. Проанализируйте дизайн печатного издания
2. Проанализируйте печатные издания по типологии и структуре
3. Разработайте дизайн и структуру печатного издания
4. Подготовьте журналистский материал для публикации в студенческом журнале

3-й рейтинг-контроль

1. Проанализируйте структуру, тематику, содержание программ, информации нескольких радиостанций и представьте результаты
2. Проведите социологическое исследование на тему: «Радио в моей жизни»
3. Проведите социологическое исследование на тему: «Телевидение в моей жизни»
4. Напишите эссе на тему: «Интернет: за и против»
5. Напишите пресс-релиз события местного значения
6. Напишите пресс-релиз события регионального значения
7. Напишите пресс-релиз события всероссийского значения
8. Напишите пресс-релиз события международного значения
9. Напишите анонс известного вам социально-культурного события

II Тестовые задания

1. В Англии было создано информационное агентство:
 - а) Рейтер
 - б) Франс Пресс
 - в) Ассошиэйтед Пресс
2. Аналитические методы сбора информации в журналистике:

- а) анализ документов
- б) наблюдение
- в) интервью
- 3. Назовите один из исторических типов журналистики:
 - а) феодально-монархическая
 - б) буржуазная
 - в) верно все вышеперечисленное
- 4. Свободное и публичное выражение идей характерно:
 - а) для теории демократического участия
 - б) для либертарианской теории
 - в) для теории социальной ответственности
- 5. Какая теория масс медиа акцентирует влияние на национально-культурные интересы:
 - а) теория демократического участия
 - б) теория развития
 - в) верно все вышеперечисленное
- 6. Как можно характеризовать журналистику:
 - а) как социальный институт
 - б) как комплекс каналов передачи массовой информации
 - в) верно все вышеперечисленное
- 7. Конечной целью какой функции журналистики является всестороннее развитие человека:
 - а) идеологической
 - б) культурно-образовательной
 - в) информационной
- 8. В функцию информационных агентств входит:
 - а) передача информации своим подписчикам
 - б) размещение рекламных материалов в СМИ
 - в) проведение пресс-конференций
- 9. Расследующая журналистика:
 - а) обличает власть
 - б) выражает индивидуальное мнение
 - в) опирается на науку
- 10. Жанр журналистики, описывающий эпизоды из жизни людей:
 - а) очерк
 - б) зарисовка
 - в) житейская история

Общее распределение баллов текущего контроля по видам учебных работ для студентов

Рейтинг-контроль 1	устный опрос (5 семестр); практическое задание, тест (6 семестр)	до 20 баллов (5 семестр); до 14 баллов (6 семестр)
Рейтинг-контроль 2	статистическое исследование, тест (5 семестр); практические задания (6 семестр)	до 25 баллов (5 семестр); до 14 баллов (6 семестр)
Рейтинг-контроль 3	практическое задание (5 семестр); практические задания, курсовая работа (6 семестр)	до 50 баллов (5 семестр); до 32 баллов (6 семестр)
Посещение занятий		0

студентом		
Дополнительные баллы (бонусы)		до 5 баллов (1 семестр)
Выполнение семестрового плана самостоятельной работы		0

2. Промежуточная аттестация по дисциплине

Перечень вопросов к экзамену / зачету / зачету с оценкой.

Перечень практических задач / заданий к экзамену / зачету / зачету с оценкой (при наличии)

1. Назовите одну из особенностей массовой информации:
 - а) ориентация на профессиональные вопросы
 - б) ориентация на общесоциальные вопросы
 - в) невозможность участия в процессе обмена информацией.
2. Назовите одного из авторов теории информационного общества:
 - а) Белл
 - б) Мердок
 - в) Адорно.
3. Какая из теорий подчеркивает роль СМИ в формировании общественного мнения:
 - а) теория массового общества
 - б) критическая теория
 - в) политико-экономическая теория
4. Выполнение медиа определенных обязательств перед обществом – это принцип:
 - а) авторитарной теории
 - б) либертарианской теории
 - в) теории социальной ответственности
5. Какая теория масс медиа акцентирует влияние на национально-культурные интересы:
 - а) социалистическая
 - б) теория развития
 - в) либертарианская
6. Представители какого направления связывают процессы регулирования взаимодействия СМИ с регулированием отношений и прав собственности на каналы массовой коммуникации
 - а) политико-социологического
 - б) критического
 - в) экономико-социологического
7. Объективная и точная журналистика, опирающаяся на науку, называется:
 - а) прецизионная
 - б) расследующая
8. Прямой контроль государства за «журналистским производством» характерен:
 - а) для авторитарной теории
 - б) для либертарианской теории
 - в) для теории социальной ответственности
9. Какая теория медиа поддерживают существующий общественный строй:
 - а) авторитарная
 - б) теория развития
 - в) верно все вышеперечисленное
10. Проблемой обратной связи в массовой коммуникации занимается:
 - а) социокommunikация
 - б) кибернетика

в) социопсихология

11. Какая теория отвергает коммерциализацию и монополизацию частных медиа:

а) теория демократического участия

б) авторитарная теория

в) теория советских масс-медиа

12. Кто из исследователей внес значительный вклад в разработку теорий масс медиа:

а) Магвайер

б) Маккуйэл

в) Монтескье

13. Социальная информация – это:

а) информация, отражающая социальную сферу деятельности людей

б) совокупность информации о социуме

в) верно все вышеперечисленное

14. Какая теория масс медиа акцентирует влияние на национально-культурные интересы:

а) теория демократического участия

б) теория развития

в) верно все вышеперечисленное

15. Свободное и публичное выражение идей характерно:

а) для теории демократического участия

б) для либертарианской теории

в) для теории социальной ответственности

16. Кто из исследователей начал впервые изучать масс-медиа:

а) Мертон

б) Вебер

в) Парсонс

17. Какой из признаков характеризует принадлежность медиа к СМИ:

а) периодичность выхода не менее 4 раз в год

б) более 1000 экземпляров печатной продукции

в) более 3000 экземпляров печатной продукции

18. В функцию информационных агентств входит:

а) передача информации своим подписчикам

б) размещение рекламных материалов в СМИ

в) проведение пресс-конференций

19. Некоммуникативные методы сбора информации в журналистике:

а) анализ документов

б) наблюдение

в) интервью

20. Какой из типов агентств проводят на рынке масс медиа первичный маркетинг:

а) рекламные агентства

б) PR-агентства

в) информационные агентства

21. Назовите один из факторов формирования информационного общества:

а) политика

б) идеология

в) верно все вышеперечисленное

22. В чем суть информационной революции:

а) переход на принципиально новый уровень производства информации

б) влияние кардинальных изменений в сфере обработки информации на общественные отношения

в) появление новых средств массовой информации

23. Какую из функций СМИ выделял К. Райт:

а) передача социальных норм

б) поддержание собственной финансовой независимости

- в) ухода от реальности, погружение в виртуальный мир
24. Назовите одну из особенностей медиа рынка в России:
- а) рыночная прозрачность
 - б) низкая динамика развития
 - в) инвестиционная привлекательность
25. Какую из функций СМИ выделял Патерсон:
- а) обеспечивать развлечение общества
 - б) преломление определенного события
 - в) связывание воедино фрагментов внешней среды и формирование целостного представления об окружающем мире
26. Как можно характеризовать журналистику:
- а) как совокупность видов деятельности
 - б) как система, произведений, создаваемых журналистами
 - в) верно все вышеперечисленно
27. Какая из функций журналистики наиболее наглядно определяет ее как «четвертую власть»:
- а) идеологическая
 - б) организаторская
 - в) интегративная
28. Конечной целью какой функции журналистики является всестороннее развитие человека:
- а) идеологической
 - б) культурно-образовательной
 - в) информационной
29. Определите критерий оценки ценности информации:
- а) авторитетность источника информации
 - б) полезность информации
 - в) достоверность информации
30. По принципу семиотического усложнения информация разделяется на:
- а) потенциальную и собственную
 - б) передаваемую и получаемую
 - в) событийную, комментированную, публицистическую, художественную
31. Расположите в хронологическом порядке этапы производства печатной продукции:
1. Воспроизведение изобразительных материалов.
 2. Печатание.
 3. Набор.
 4. Макетирование.
 5. Послепечатные процессы

Методические материалы, характеризующие процедуры оценивания

Зачет по дисциплине выставляется по итогам рейтинг-контроля при условии выполнения требуемых заданий. Минимальное количество баллов для получения зачета – 50, максимальное – 100.

Экзамен сдается с использованием компьютерных технологий. На основе примерных тестовых вопросов из раздела программным комплексом информационно-образовательного портала МИ ВлГУ формируются в автоматическом режиме тестовые задания для студентов: восемь вопросов из блока 1, четыре вопроса из блока 2 и три вопроса из блока 3. Программный комплекс формирует индивидуальные задания для каждого зарегистрированного в системе студента и устанавливает время прохождения тестирования. Результатом тестирования является процент правильных ответов, с учетом индивидуального семестрового рейтинга студента формируется экзаменационная оценка.

Максимальная сумма баллов, набираемая студентом по дисциплине равна 100.

Оценка в баллах	Оценка по шкале	Обоснование	<i>Уровень сформированности компетенций</i>
Более 80	«Отлично»	Содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	<i>Высокий уровень</i>
66-80	«Хорошо»	Содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	<i>Продвинутый уровень</i>
50-65	«Удовлетворительно»	Содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки	<i>Пороговый уровень</i>
Менее 50	«Неудовлетворительно»	Содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки	<i>Компетенции не сформированы</i>

3. Задания в тестовой форме по дисциплине

Примеры заданий:

- Назовите одну из особенностей массовой информации:
 - ориентация на профессиональные вопросы
 - ориентация на общесоциальные вопросы
 - невозможность участия в процессе обмена информацией
- Печатное периодическое издание, выходящее под постоянным названием и не реже одного раза в месяц – ...
- «Газету можно купить в любом месте». Эта особенность называется – ...

Полный перечень тестовых заданий с указанием правильных ответов, размещен в банке вопросов на информационно-образовательном портале института по ссылке <https://www.mivlgu.ru/iop/question/edit.php?courseid=696&cat=17113%2C22601>

Оценка рассчитывается как процент правильно выполненных тестовых заданий из их общего числа.