

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: Автономная некоммерческая организация высшего образования
ФИО: Искаков Ирлан Жангазыевич «**Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕврАзЭС**»
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.10.2022 15:30:11
Уникальный программный ключ:
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Теория и практика массовой информации

(наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью _____

Квалификация выпускника _____ Бакалавр _____

Направленность (профиль) _____ Реклама и связи с общественностью _____

2022 г.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, входные требования для освоения дисциплины (при необходимости)

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Массовая информация и ее роль в современном мире.

Тема 2. Средства массовой коммуникации лекционное занятие

Тема 3. Характеристики отдельных видов СМИ.

Тема 4. Право граждан на информацию

Тема 5. Правовые и этические аспекты регулирования деятельности СМИ

Тема 6. Взаимодействие СМИ и судебной системы

Тема 7. Институт аккредитации

Тема 8. Информационное общество и СМИ

Тема 9. Современные медиа в системе социальных институтов

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Теоретические занятия

Тема 1. Массовая информация и ее роль в современном мире.

Понятия информации и массовая информация. Виды информации. Свойства информации. Факторы потребности человека в информации. Жизненный цикл информации. Информационные ресурсы и информационный потенциал современного общества. Понятие кумулирования и старения информации

Средства массовой коммуникации: печать, радио и телевидение; организация работы редакции; журналистский корпус; источники информации, информационные агентства, агентства в сфере общественных связей, корреспондентская сеть, Интернет, редакционные базы данных. СМИ как предприятие; рынок современной прессы; позиционирование издания; распространение издания; ценообразование, себестоимость; оценка спроса, стимулирование сбыта; рынок типографских услуг; стандарты качества информации; финансовая политика; кредитование; государственные дотации средствам массовой информации. Связи с общественностью в редакционной структуре.

Тема 2. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности

Процесс массовой коммуникации и СМИ. Массовая информация как центральная категория журналистики. Понятия и термины современной науки о журналистике. Информация, массовая информация, средства массовой информации, система отношений «журналист-аудитория». Журналистика как фактор социального управления.

Журналистика как социальный институт. и как институт гражданского общества. Журналистика и политика. Информационная политика средства массовой информации. Политическая культура журналиста. Политический анализ. Исторические типы журналистики. «Качественные» и «массовые» СМИ и их место и роль в обществе. Свобода печати и журналистской деятельности. Подсистемы современных СМИ России: пресса, телевидение, радиовещание, информационные агентства, Интернет.

Тема 3. Характеристики отдельных видов СМИ.

Понятие средства массовой информации. Функции СМИ. Основные подходы к изучению СМИ. СМИ в контексте глобализации. Характеристики отдельных видов СМИ. Телевидение: эфирное, кабельное, спутниковое. Кризисные явления в современном телевидении. Радио старейшее электронное СМИ. Печатные СМИ: газеты, журналы. Интернет как динамично развивающийся источник информации.

Тема 4. Теория и методика журналистского творчества

Журналистское творчество как профессиональная деятельность; Интернет и его использование журналистом; технические средства в процессе журналистского творчества. Журналистское произведение как текст –жанровые разновидности.

Профессионально-этические правила и нормы; законодательство в сфере журналистики. Понятие «компромата»; проблема «скрытой» рекламы; проблема факта и комментария. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности.

Тема 5. Журналистика как область творческой деятельности

Редакторский, организаторский и авторский виды журналистской деятельности. Формы осуществления редакционной политики средствами массовой информации. Актуальность и оперативность как понятия, определяющие качества массовой информации. Научный, художественный и публицистический виды творчества и их презентация СМИ в повседневной практике. Методы сбора информации в журналистике. Содержание и форма в публицистическом творчестве. Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении.

Заметка как жанр. Событийная информация на страницах ежедневной газеты, еженедельника, в аудиовизуальных СМИ. Понятие новости. Оперативность и актуальность. Сенсация и сенсационность. Особенности и место заметки на страницах периодической печати, в эфире. Виды заметок. Литературное оформление заметок.

Отчет и его жанровые особенности. Методика работы над отчетом. Отчет в современной прессе. Интервью. Особенности и назначение жанра. Виды интервью. Интервью как жанр и как метод сбора информации. Процесс подготовки к беседе с интервьюируемым. Литературная работа над материалами в жанре «интервью». Интервью в современных СМИ. Известные мастера популярного жанра.

Репортаж. История становления жанра. Виды репортажа. Композиционно-стилистические особенности репортажа. Возможности жанра. Методика работы над репортажем. Выдающиеся зарубежные и российские репортеры. Репортаж сегодня. Аналитические возможности «информационных жанров» -отчета, корреспонденции, интервью, их использование в современной прессе.

Статья как аналитический жанр периодической печати. Процесс сбора материала для статьи. Работа над статьей. Виды статьи. Статья на тему о средствах массовой информации и их проблемах. Публицистический комментарий, заметки публициста, корреспонденция. Комментарий на международную тему. Тема науки, культуры и искусства в СМИ. Тема функционирования печати, радио, телевидения, Интернета в СМИ. Рецензия как жанр, оценка и анализ событий научной и культурной жизни, произведений науки и искусства. Виды рецензии. Публицистическое своеобразие жанра. Выдающиеся мастера рецензии в истории отечественной журналистики.

Рецензия на страницах современных газет и журналов. Литературно-художественная критика. Отделы публицистики и библиографии в структуре редакции «толстого журнала». Жанр «обозрение», его особенности. Становление обозрения в истории отечественной журналистики. Виды обозрения. Международное, экономическое, литературное обозрение. Работа над обозрением. Известные журналисты -обозреватели России. Обзор писем.

Письмо как жанр журналистики. Особенности эпистолярной публицистики. Разновидности жанра письма. Письмо на страницах отечественной журналистики. Письмо в современной газете, в журнале. Журналистское расследование как жанр современных средств массовой информации, его особенности. Методика получения сведений для журналистского расследования. Роль источников информации в ходе сбора информации и их использование в ходе подготовки материала к выходу в свет. Освоение российскими СМИ нового жанра – журналистского расследования. Художественно-публицистические жанры «очерк», «фельетон», «памфлет», «сатирический комментарий».

Тема 8. Жанровая структура радиожурналистики. Информационные жанры. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки радиозаметки, радио корреспонденции, комментированной новости, информационного обзора, выпуска "Новости", информационного выпуска (тематического и разнотемного). Аналитические жанры. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки выступления (беседы), комментария (событийного и проблемного), интервью, беседы, диалога, дискуссии, "круглого стола", обозрения. Документально-художественные жанры. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки репортажа (событийного и проблемного), очерка (портретного и страноведческого), документальный радиорассказ, документальная радиокomпозиция. Тема 9. Выразительные средства радиовещания. Устная речь, рисующие шумы, музыка, монтаж - основные выразительные средства радио. Позывные радиостанции, музыкальные заставки и их роль. Устная речь на радио и ее особенности: словарные, синтаксические и другие особенности. "Невербальные и речевые средства": темп речи, сила звука, высота тона, ритм, паузы, ударения, тембр голоса. Дикторская речь и ее роль в радиопередаче. Шумы и музыка и их функции в радиопередаче. Монтаж -важное выразительное средство. Виды радиомонтажа. Тема 10. Основные стадии производства радиoproграмм. Технические средства радиовещания. Радиодоми его оборудование, аппаратно-студийный комплекс. Акустические свойства студий. Магнитофоны. Цифровая звукозапись. Организационные принципы радиовещания. Роль журналиста в производстве радиoproграмм. Технология подготовки и ведения студийных и внестудийных радиопередач. Перспективы развития радиовещания. Новые электронные СМИ: техника и технология. Стадии планирования производства. Выбор темы и ее мотивировка. Источники формирования радиoproграмм. Внутренние и внешние источники. Разработка сценария или сценарного плана. Выбор технических средств для радиопередачи или магнитной записи.

Производство технически пригодной радиoproграммы. Монтаж и выпуск в эфир готовой программы. Верстка программы дня и недели. Принципы верстки. Тема 11. Жанровая

структура телевизионной публицистики. Информационные жанры. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки телевизионной заметки, телевизионной корреспонденции, телевизионного информационного выпуска, телевизионных новостей. Аналитические жанры телевидения. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки выступления (беседы) по телевидению, комментария, интервью, пресс-конференции, беседы, диалога, дискуссии, "круглого стола". Документально-художественные жанры телевидения. Общая характеристика группы жанров. Отличительные признаки телевизионного репортажа (событийного и проблемного), очерка, телевизионного обозрения, документального телевизионного рассказа.

Тема 12. Изобразительно-выразительные средства телевидения. Изобразительно-выразительные средства телевидения. Композиция кадра: точка зрения и угол изображения, крупность плана изображения, динамика телевизионной камеры (наезд, отъезд, панорамирование), ракурс, второй план, изображение и слово, музыка и шумы. Освещение, колорит и тональность. Дикторский текст. Роль ведущего. Информационный повод, приемы привлечения внимания к передаче, приемы "интриги", ключевые фактурные элементы - видеоряд и звуковой фон, способы преодоления порогов(кризисов) внимания телезрителя, использование "программной шпильки", анонсы, "заход" в начале программы -характерные шумы, музыка, зрительные эпизоды, яркие детали и т.п. Монтаж и его виды.

Тема 13. Основные стадии производства телевизионных программ. Технические основы телевидения. Принципы построения приемно-передающей телевизионной системы. Телевизионные стандарты. Магнитная видеозапись. Цифровое телевидение. Телевидение высокой четкости. Телевизионные центры и их оборудование. Внестудийное телевизионное оборудование, передвижная и репортажная телевизионная техника. Организация телевизионного вещания. Роль журналиста в телевизионном производстве. Спутниковое телевизионное вещание и системы кабельного телевидения. Перспективы развития телевидения. Планирование производства. Источники формирования телевизионных программ. Выбор темы и ее мотивировка. Разработка литературного и режиссерского сценариев или сценарного плана. Выбор изобразительных и выразительных средств. Выбор технических средств для прямой телевизионной передачи или видеозаписи. Телевизионная съемка и подготовка технически пригодной программы. Монтаж. Верстка программы дня, недели. Принципы верстки программ дня и недели. Выпуск программы в эфир

Тема 6. Право граждан на информацию

Право как регулятор общественной жизни общества. Информационное право. Важнейшие составляющие его реализации. Содержание права на информацию. Законодательное обеспечение права на информацию. Действующие нормативные документы: Конституция РФ, Федеральное законодательство о СМИ, подзаконные акты и региональное законодательство. Перспективы развития системы права СМИ. Гласность и свобода слова. Политическая и экономическая свобода СМИ. История гласности и свобода печати. Гласность и свобода слова. Политическая культура журналиста. Гласность как показатель социального климата в государстве. Свобода печати как результат гласности и законности. Классово-политический подход к свободе печати.

Тема 7. Правовые и этические аспекты регулирования деятельности СМИ

Содержание правовой культуры в СМИ. Правовые основы деятельности СМИ. Конституция России: право на информацию, свобода слова, запрещение цензуры. Основное содержание Закона РФ «О средствах массовой информации». Законы РФ «О рекламе», «О поддержке районных (городских) газет», «Об авторском праве и смежных правах», «Об информации информатизации и защите информации» и др. Соотношение свободы СМИ и правовой ответственности. Понятие «информационная загрязненность». Доступ к информации.

Получение и распространение информации. Приемлемые методы получения информации (на примере России и США). Ответственность СМИ за достоверность. Отношение СМИ с правоохранительными органами. Право на ответ и опровержение.

Практические занятия

Практическое занятие 1. Предыстория журналистики. Дожурналистский опыт массовой коммуникации человечества

1. Развитие устных и письменных форм массово-информационной деятельности.
2. Влияние социальных, культурных, экономических и политических факторов на формирование регулярного процесса распространения торговой, коммерческой, культурной, научной, а также политической информации.
3. Социально-политические реформы общества и журналистика.
4. Массовая информация на ранних этапах развития массовой коммуникации.
5. Коммуникативная природа журналистики.
6. Развитие прессы в странах Европы.
7. Возникновение газет и журналов.
8. Персональный журнализм.
9. Процесс развития массовой прессы. Ежедневная политическая газета, ее роль в системе массовой коммуникации, особенности издания. Отдел информации газеты.

Практическое занятие 2. Массовая информация и ее роль в современном мире

1. Средства массовой коммуникации: печать, радио и телевидение.
2. Организация работы редакции.
3. Журналистский корпус.
4. Источники информации.
5. Информационные агентства.
6. Агентства в сфере общественных связей.
7. Корреспондентская сеть.
8. Интернет, редакционные базы данных.
9. Правила информационной гигиены.

Практическое занятие 3. СМИ как предприятие

1. Рынок современной прессы; позиционирование издания.
2. Распространение издания; ценообразование, себестоимость; оценка спроса, стимулирование сбыта; рынок типографских услуг; стандарты качества информации; финансовая политика; кредитование; государственные дотации средствам массовой информации.
3. Связи с общественностью в редакционной структуре.

Практическое занятие 4. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности

1. Процесс массовой коммуникации и СМИ. Массовая информация как центральная категория журналистики. Понятия и термины современной науки о журналистике.

Информация, массовая информация, средства массовой информации, система отношений «журналист-аудитория». Журналистика как фактор социального управления.

2. Журналистика как социальный институт. и как институт гражданского общества. Журналистика и политика. Информационная политика средства массовой информации. Политическая культура журналиста. Политический анализ. Исторические типы журналистики. «Качественные» и «массовые» СМИ и их место и роль в обществе.

3. Свобода печати и журналистской деятельности. Джон Милтон о свободе печати. Свобода, необходимость, ответственность применительно к теории и практике журналистики. Экономические условия и факторы свободы СМИ. Юридические аспекты свободы журналистики. Законодательство России о СМИ и концепция свободы печати.

4. Журналистика как система средств массовой информации и управления ими. Массово-коммуникационные свойства прессы, радио и телевидения. Инфраструктура средств массовой информации: информационные агентства и службы, пресс-службы, пресс-центры и службы связей с общественностью. Роль и место технических учреждений в системе информации и коммуникации. Структура управления в сфере коммуникации. Подготовка журналистских кадров. Подсистемы современных СМИ России: пресса, телевидение, радиовещание, информационные агентства, Интернет.

Практическое занятие 5. Функции журналистики, их обоснование

1. Функции журналистики, их обоснование.
2. Социальное предназначение журналистики.
3. Коммуникативная функция как исходная функция журналистики.
4. Взаимодействие функций.
5. Журналистика, характер и пределы ее властных возможностей.

Творческое задание: сделать функциональную характеристику местных СМИ: газеты и журналы, радио, телевидение. Студенты должны рассмотреть рубрики теле- и радио программы с точки зрения их функциональной отнесенности (задание выполняется по группам. Каждая группа выбирает одно СМИ (телеканал, газета, журнал, радиостанция).

Семинарские занятия

Семинарское занятие 1. Теория и методика журналистского творчества

1. Журналистское творчество как профессиональная деятельность.
2. Интернет и его использование журналистом.
3. Технические средства в процессе журналистского творчества.
4. Журналистское произведение как текст – жанровые разновидности.

Семинарское занятие 2. Профессионально-этические правила и нормы; законодательство в сфере журналистики

1. Профессионально-этические правила и нормы; законодательство в сфере журналистики.
2. Понятие «компромата»; проблема «скрытой» рекламы; проблема факта и комментария.
3. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности.

Семинарское занятие 3-4. Журналистика как область творческой деятельности

1. Правила подготовки публикации и оформления материалов для СМИ.
2. Требования к публикации.
3. Порядок подачи материала.
4. Требования к оформлению материала.
5. Правила подготовки статей для интернет-изданий.
6. Цели интернет-публикаций.
7. Информационный повод.

Творческое задание: подготовить «досье» (вырезки из прессы) Заметка. Найдите хроникальную, краткую, развернутую заметки. Докажите, что найденные тексты относятся именно к этим видам.

Интервью. Найдите интервью-диалог, интервью-монолог, интервью-анкету. Докажите, что найденные тексты относятся именно к этим видам. Приобщите к досье пример пресс-конференции.

Репортаж Найдите примеры видов репортажа. Докажите, что найденные тексты относятся именно к этим видам.

Корреспонденция. Найдите пример корреспонденции. Поясните ее структуру.

Рецензия Найдите пример рецензии. Поясните ее структуру.

Комментарий. Найдите актуальный комментарий на политическую тему, опубликованный в прессе, рассмотрите его структуру. Приобщите к «досье» примеры авторской колонки комментатора и редакционного комментария, посвященных одному и тому же событию.

Журналистское расследование. Приобщите к «досье» два варианта журналистского расследования – в форме «детективная история» и в форме «панорама».

Семинарское занятие 5. Журналистские, рекламные и PR-тексты.

1. Сходства и различия журналистских, рекламных и PR-текстов.
2. Оперативно-новостные жанры PR-текстов.
3. Исследовательско-новостные жанры: PR-текстов.
4. Фактологические жанры.
5. Исследовательские жанры.
6. Образно-новостные жанры.
7. Комбинированные PR-тексты.
8. Рекламные тексты.
9. Журналистские тексты.

5. Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов включает усвоение теоретического материала, подготовку к практическим и семинарским занятиям, выполнение самостоятельных заданий, изучение литературных источников, использование Internet-данных, изучение нормативно-правовой базы, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

Вопросы для самоконтроля

1. Понятие и сущность свободы массовой информации
2. Основные понятия и категории курса ТИПСМИ
3. Сущность коммуникационного процесса
4. ТВ- КОММУНИКАЦИЯ
5. Сущность телевидения
6. История становления и развития СМИ
7. Виды СМИ (общая характеристика)
8. Законодательная база, регулирующая деятельность СМИ в РФ
9. Закон РФ о СМИ - основные положения
10. Принципы взаимодействия Суда и СМИ в РФ
11. Статус представителя СМИ в судебном процессе
12. Аккредитация журналистов в судах общей юрисдикции в РФ
13. Соотношения принципа гласности судопроизводства и проведения закрытых судебных разбирательств
14. Понятие и сущность Диффамации

15. Судебная ответственность, предусмотренная за диффамацию в СМИ
16. Пределы допустимой критики в отношении политиков и общественно-значимых фигур
17. Понятие и сущность аккредитации
18. Виды нарушений, связанных с предоставлением аккредитации
19. Виды нарушений прав журналистов
20. Виды нарушений в деятельности аккредитующей организации
21. Виды нарушений, связанных с лишением аккредитации
22. Особенности функционирования СМИ в Европе
23. Особенности функционирования СМИ в США
24. Причины расширения вещания и развития СМИ.
25. Источники финансирования СМИ.
26. Реклама как основной источник финансирования СМИ.
27. Цели и задачи рекламодателя в СМИ.
28. Сегментация рекламы в СМИ. 38. Телевидение: эфирное, кабельное, спутниковое.
29. Современные процессы в сфере TV.
30. Радио: становление, развитие, перспективы.

6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1 Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

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.

	Индикаторы достижения компетенций
ИД-1 (ОПК-1). Демонстрирует умения по подготовке материалов для публикации в СМИ, соответствующих нормам русского языка	<i>знает</i>
	РО-1 ИД-1 (ОПК-1) систему современных СМИ; закон о СМИ, правила информационной гигиены; РО-2 ИД-1 (ОПК-1) правила написания материалов для СМИ;
	<i>умеет</i>
	РО-3 ИД-1 (ОПК-1) анализировать СМИ по базовым характеристикам;
	<i>владеет</i>
РО-4 ИД-1 (ОПК-1) навыками создания информационных и аналитических текстов в рекламе и PR;	
ИД-2 (ОПК-1). Демонстрирует умения по структурированию медиатекстов	<i>умеет</i>
	РО-1 ИД-2 (ОПК-1) осуществлять выбор эффективных методов и приемов в разработке и структурировании рекламного, PR- текста

6.2 Перечень оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой задания для выполнения студентом, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью. Включают в себя задания для текущего контроля уровня успеваемости, оценивающие ход освоения учащимися дисциплины, и задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

Примерные задания для проведения текущего контроля успеваемости

Темы докладов (сообщений)

1. Журналистика как вид общественной деятельности.
2. Журналистика как часть социально-политической системы общества и государства.
3. Пражурналистские явления.
4. Ранние этапы развития прессы.
5. Русская журналистика XVIII-XIX вв.
6. Отечественная журналистика XX в.
7. Исторические типы и теория журналистики.
8. История журналистского образования.
9. СМИ в переходные периоды развития общества.
10. Четыре теории прессы (по Сиберту, Шрамму, Питерсону).
11. СМИ в тоталитарном государстве.
12. Понятие о функции и система функций журналистики.
13. Идеологические функции журналистики.
14. Непосредственно-организаторские функции журналистики.
15. Рекреативно-культурные функции журналистики.
16. Реклама и справки в СМИ.
17. Взаимодействие функций журналистики.
18. Цель и задачи СМИ в жизни общества.
19. Процессы и методы социальной ориентации.
20. Понятие и образ в публицистическом творчестве.
21. Журналистика и публицистика.
22. Виды публицистического анализа явлений действительности.
23. Понятие о публицистическом тексте.
24. Понятие об информационной политике государства.
25. Редакция газеты как идеологический институт.
26. Редакция газеты как производственно-маркетинговое предприятие.

Тест

1. Массовая информация это: а) система государственного управления; б) сообщения, предназначение для неограниченного круга лиц; в) средство манипулирования.

2. Есть ли принципиальная разница в содержании этих терминов: а) средства массовой коммуникации; б) средства массовой информации; в) масс-медиа.

3. Что объединяет эти категории?

а) пресса; б) средства массовой информации; в) публицистика.

4. Коммуникация это: а) ряд сообщений; б) связь; в) поиск интересных фактов.

5. Что такое публицистика?

а) журналистика; б) жанр; в) род произведения.

6. Что (кто) не относится к понятию коммуникатор?

а) учредитель; б) редакция; в) газета.

7. Какой тип коммуникации представляет семинарское занятие преподавателя со студенческой группой?

а) межличностная коммуникация; б) коллективная (публичная) коммуникация; в) массовая коммуникация.

8. Публичная коммуникация является: а) симметричной; б) ассиметричной; в) несимметричной.

9. Что отличает массовую коммуникацию от межличностной и коллективной (публичной) коммуникации?

а) наличие технического канала; б) наличие коммуникатора; в) наличие аудитории.

10. Что является природным свойством журналистики как социальной системы?

а) информационно-коммуникативные отношения; б) массовая информация; в) средства распространения и доставки информации.

11. К основным видам рекламы относятся: а) коммерческая; б) увещательная; в) психологическая; г) информирующая; д) престижная; е) напоминающая.

12. К коммерческим задачам рекламы относятся: а) формирование образа товара; б) формирование сбыта товара; в) формирование образа фирмы; г) поиск выгодных партнеров; д) укрепление моральных устоев общества; е) ускорение товарооборота.

13. Рекламный слоган – это: а) элемент товарной марки, идентифицирующий фирму; б) единый художественно-графический подход к оформлению рекламных материалов; в) краткая, четко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения; г) девиз фирмы.

14. Рекламный процесс представляет собой: а) процесс создания рекламной продукции; б) комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка; в) совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодача к рекламополучателю.

15. Брендинг – это: а) комплекс мероприятий, направленных на рекламу торговой марки; б) деятельность по созданию долгосрочного предпочтения к товару; в) система организации рекламы спиртных напитков.

16. Телеконференция является разновидностью: а) аудиовизуальной рекламы; б) телепрограммы; в) рекламы в компьютерных сетях; г) мероприятия public relations.

17. Использование в газетном рекламном сообщении такого элемента как «повторяемость», предполагает: а) многократное размещение рекламных сообщений одного и того же вида с заданной периодичностью; б) соблюдение принципа последовательного выделения все более крупных, заметных заголовков; в) применение изображений, создающих иллюзию движения, содержащих элементы необычного ракурса, «смазанности».

18. К социальным функциям PR относятся: а) поддержка талантливой молодежи, начинающих предпринимателей; б) помощь малоимущим слоям населения; в) формирование или восстановление имиджа компании; г) оказание содействия общественно-политическим организациям.

19. К субъектам управления рекламной деятельностью относятся: а) потенциальные потребители продукции (услуг); б) финансовые, трудовые, другие затраты фирмы на проведение PR; в) люди, принимающие участие в рекламной деятельности.

20. К объектам управления рекламной деятельностью относятся: а) потенциальные потребители; б) торговые посредники; в) сотрудники рекламных подразделений компании.

21. Критерием эффективности рекламы выступает результат: а) сопоставления числа потребителей товара в группах, запомнивших и не запомнивших рекламу; б) сопоставления долей потребителей товара в группах, запомнивших и не запомнивших рекламу; в) сопоставления числа лиц, запомнивших и не запомнивших рекламу.

22. PR – это: а) соблюдение общественных нравственных норм; б) планируемые усилия, направленные на возникновение взаимопонимания и доброжелательности между организацией и ее общественностью; в) составляющая рекламной деятельности, реклама престижа.

23. Цель PR – это: а) реклама фирмы, ее товаров и услуг; б) достижение высокой общественной репутации; в) повышение уровня продаж.

24. Важнейшей задачей PR в системе менеджмента является: а) урегулирование споров, ликвидация конфликтов; б) создание «команды» - коллектива единомышленников; в) помощь нуждающимся сотрудникам.

25. Что из нижеперечисленного относится к функциям специалиста по PR: а) разработка маркетинговой стратегии фирмы; б) проведение совещаний по производственным вопросам; в) подготовка информационного сообщения о деятельности фирмы.

26. Целевая аудитория – это: а) группа людей, объединенных единой целью; б) группа потенциальных потребителей производимых фирмой товаров или услуг; в) группа людей, которым товары или услуги фирмы предоставляются бесплатно для достижения рекламных целей фирмы.

27. Пресс-кит – это: а) номинация в конкурсе на звание лучшего журналиста года; б) аккредитационная карточка журналиста; в) папка с фотографиями, пресс-релизом, бэкграундом.

28. Что такое спонсорство?

а) бескорыстная помощь; б) одна из форм корпоративной социальной ответственности; в) один из видов предпринимательской деятельности.

29. Что такое паблисити: а) круг людей, объединенных общими интересами или одним социальным статусом; б) общество людей, ведущих активную публицистическую деятельность; в) формирование позитивной известности фирмы и ее деятельности.

30. Лоббирование – это усилия, предпринимаемые: а) организациями с целью оказания давления на принятие решений властными структурами в интересах этих организаций; б) властными структурами с целью оказания давления на организации в интересах властных структур; в) профсоюзами с целью оказания давления на корпорации в интересах рабочих и служащих.

Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Список экзаменационных вопросов

РО-1 ИД-1 (ОПК-1) систему современных СМИ; закон о СМИ, правила информационной гигиены;

1. Развитие устных и письменных форм массово-информационной деятельности.
2. Влияние социальных, культурных, экономических и политических факторов на формирование регулярного процесса распространения торговой, коммерческой, культурной, научной, а также политической информации.
3. Социально-политические реформы общества и журналистика.
4. Массовая информация на ранних этапах развития массовой коммуникации.
5. Коммуникативная природа журналистики.
6. Профессионально-этические правила и нормы; законодательство в сфере журналистики.
7. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности.
8. Правила информационной гигиены.
9. Информационный аудит.

РО-2 ИД-1 (ОПК-1) правила написания материалов для СМИ;

10. Правила подготовки публикации и оформления материалов для СМИ.
11. Требования к публикации.
12. Порядок подачи материала.
13. Требования к оформлению материала.
14. Правила подготовки статей для интернет-изданий.
15. Цели интернет-публикаций.
16. Информационный повод.

РО-3 ИД-1 (ОПК-1) умеет анализировать СМИ по базовым характеристикам;

17. Системные характеристики СМИ.
18. Целостность системы СМИ.
19. Компоненты системы СМИ.
20. Техническая база СМИ.
21. Интернет как СМИ.
22. Структурные характеристики информационных агентств.
23. Средства массовой коммуникации: печать, радио и телевидение.

РО-3 ИД-1 (ОПК-1) правила написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в качественных и массовых изданиях;

24. Использование различных жанров в прессе, на радио и телевидении.
25. Заметка как жанр.
26. Сенсация и сенсационность.
27. Отчет и его жанровые особенности.
28. Интервью как жанр и как метод сбора информации.
29. Репортаж. Композиционно-стилистические особенности репортажа.
30. Статья как аналитический жанр периодической печати.
31. Комментарий на международную тему.

32. Рецензия как жанр.
33. Жанр «обозрение», его особенности.
34. Письмо как жанр журналистики.
35. Журналистское расследование как жанр современных средств массовой информации, его особенности.

***РО-1 ИД-2 (ОПК-1) умеет
осуществлять выбор эффективных методов и приемов в разработке и
структурировании рекламного, PR- текста***

36. Сходства и различия журналистского, рекламного и PR-текстов.
37. Оперативно-новостные жанры PR-текстов.
38. Исследовательско-новостные жанры: PR-текстов.
39. Фактологические жанры.
40. Исследовательские жанры.
41. Образно-новостные жанры.
42. Комбинированные PR-тексты.
43. Рекламные тексты.
44. Журналистские тексты.

6.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Экзамен. Критерии выставления оценок

На экзамен выносятся вопросы, охватывающие все содержание учебной дисциплины.

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «отлично», либо «хорошо», либо «удовлетворительно», либо «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» при приеме экзамена выставляется в случае:

- полного, правильного и уверенного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов билета;
- уверенного владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом учебной дисциплины;
- логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» при приеме экзамена выставляется в случае:

- недостаточной полноты изложения обучающимся учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по, как минимум, одному вопросу билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при использовании в ходе ответа отдельных понятий и категорий дисциплины;
- нарушения обучающимся логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала по отдельным вопросам билета, недостаточного умения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся слабой аргументации, наличия у обучающегося недостаточно логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при ответе на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «хорошо».

Оценка «удовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по любому из вопросов билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по как минимум одному из вопросов билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущении обучающимся ошибок при использовании в ходе ответа основных понятий и категорий учебной дисциплины;
- существенного нарушения обучающимся или отсутствия у обучающегося логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала, неумения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- отсутствия у обучающегося аргументации, логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;
- невозможности изложения обучающимся учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по двум или всем вопросам билета;

- скрытное или явное использование обучающимся при подготовке к ответу нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;

- невладения обучающимся понятиями и категориями данной дисциплины;
- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя;

Любой из указанных недостатков или их совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «неудовлетворительно».

Обучающийся имеет право отказаться от ответа по выбранному билету с указанием, либо без указания причин и взять другой билет. При этом с учетом приведенных выше критериев оценка обучающемуся должна быть выставлена на один балл ниже заслуживаемой им.

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающемуся в случае:

- необходимости конкретизации и изложенной обучающимся информации по вопросам билета с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;

- необходимости проверки знаний обучающегося по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

При проведении промежуточной аттестации в форме тестирования с использованием шкалы, включающей оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», оценивание результата проводится следующим образом:

«**Отлично**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 80% до 100% от общего количества

«**Хорошо**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 71 до 79% от общего количества;

«**Удовлетворительно**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют 50 –70 % правильных ответов;

«**Неудовлетворительно**» - работа, содержащая менее 50% правильных ответов.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. Маркасов, М. Ю. Теория и практика массовой информации : учебно-методический комплекс / М. Ю. Маркасов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. — 199 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/69562.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 486 с. : ил – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01185-6. – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Коханова, Л.А. Основы теории журналистики : учебное пособие / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. – Москва : Юнити, 2015. – 535 с. – (Медиаобразование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117692> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01499-9. – Текст : электронный.

2. Чемякин, Ю. В. Основы теории и истории журналистики : учебное пособие / Ю. В. Чемякин. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 112 с. — ISBN 978-5-7996-0911-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/66568.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
3. Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru/>
4. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
5. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
6. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф
Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:
- Законодательство Санкт-Петербурга и Ленинградской области
- Международное право

9. Лицензионное программное обеспечение

- Visual Studio Community 2017
- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016

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

В зависимости от вида проводимых занятий используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в Интернет);
- помещения для проведения семинарских и практических занятий (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий и наглядными пособиями);

- библиотеку (имеющую читальные залы и рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет);

- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.