



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

---

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

СОГЛАСОВАНО

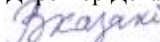
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»

  
\_\_\_\_\_ Т.Д. Лыкова

(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Департамента коммуникаций и медиа

  
\_\_\_\_\_ В.А. Казакова

(подпись) (ФИО.)

«11» июня 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Теория и практика массовой информации

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

**Форма подготовки очная**

курс 1 семестр 2

лекции 18 час.

практические занятия 36 час.

всего часов аудиторной нагрузки 288 час.

в том числе с использованием МАО 20 час.

самостоятельная работа 198 час.

в том числе на подготовку к экзамену 36 час.

контрольные работы (количество) не предусмотрено

курсовая работа/курсовой проект не предусмотрена

зачет -

экзамен 2 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 21.10.2016 г №997.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 10 от «10» июня 2019 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа: канд. полит. наук, доцент В.А. Казакова

Составитель: канд.полит.наук Е.В. Федорова

**Оборотная сторона титульного листа РПД**

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (И.О. Фамилия)

## АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» предназначена для бакалавров первого курса, 2 семестра обучения по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» очной формы обучения в соответствии с требованиями образовательного стандарта (ОС) высшего образования (ВО) ОС ВО ДВФУ от 21.10.2016 и относится к блоку Дисциплин Базовой части (Б1.Б.10).

. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов. Учебным планом предусмотрены лекции (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе в интерактивной форме - 20 час.) и самостоятельная работа студента (198 час.). В качестве формы отчетности по дисциплине предусмотрен экзамен во 2 семестре.

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» изучает средства массовой информации (СМИ), которые играют все возрастающую роль в создании информационного общества, медиакоммуникаций, усиления процессов глобализации и постмодернизма в современном обществе.

Дисциплина предполагает профессиональное освоение таких дисциплин бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» как: «Основы теории коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций».

**Основная цель** изучения дисциплины - знакомство с отечественными и зарубежными концепциями информацией, которое позволит сформировать у студентов научные представления о социальной природе и функциях массовой информации. Лекции знакомят студентов с типологией СМИ, взаимодействием их с властными и общественными структурами, творческой и технической сторонами организацией работы журналиста. На семинарах студенты самостоятельно освещают вопросы теории и практики

СМИ, раскрывают содержание основных понятий современной науки и журналистики.

**Задачи:**

- 1) Изучить социально-политические реформы общества, ведущие к возникновению журналистики.
- 2) Познакомится с ходом становления и развития массовой прессы в странах Европы и России.
- 3) Выявить особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке, роль массовой информации в современном мире.
- 4) Познакомится с современными средствами массовой информации Российской Федерации.
- 5) Изучить журналистику как сферу научной деятельности.
- 6) Познакомиться с теорией и методикой журналистского творчества.

Для успешного изучения дисциплины «Теория и практика массовой информации» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции выпускника, освоившего основную образовательную программу, согласно ФГОС среднего общего образования:

- личностной, включающей готовность и способность обучающихся к саморазвитию и личностному самоопределению, сформированность их мотивации к обучению и целенаправленной познавательной деятельности, системы значимых социальных и межличностных отношений, ценностно-смысловых установок, отражающих личностные и гражданские позиции в деятельности, правосознание, экологическую культуру, способность ставить цели и строить жизненные планы, способность к осознанию российской гражданской идентичности в поликультурном социуме;

- сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире;

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

ОПК-4 - умение планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; ПК-1 - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью; ПК-2 - владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы; ПК-12 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; ПК-14 - способность прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой коммуникационные принципы современных СМК и социально-психологических механизмах убеждения.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-4: умение планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знает	Основные теории и приемы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий
	Умеет	Планировать и готовить под контролем ход коммуникационных кампаний и мероприятий
	Владеет	Навыками планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность	Знает	основы управленческой деятельности и организации работы рекламных служб и служб, технологию оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, особенности и технологии проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, методы оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; - особенности интернет-рекламы и интернетPR;
	Умеет	выполнять профессиональные функции по управлению, организации, планированию и оперативному контролю рекламной работы и

рекламной деятельности и связей с общественностью		деятельности по связям с общественностью, применять соответствующие технологии проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, использовать методы оценки эффективности деятельности в области рекламы и связей с общественностью; - планировать эффективность рекламных и PR-кампаний, осуществлять оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;
	Владеет	навыками управления, организации, планирования и оперативного контроля рекламной работы и деятельности по связям с общественностью, применения соответствующих технологий проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, использования методов оценки эффективности деятельности в области рекламы и связей с общественностью; - методами и средствами оценки эффективности интернет-рекламы и интернет-PR;
ПК-2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знает	виды и особенности планирования и организации своей деятельности и деятельности фирмы при подготовке и проведении коммуникационных мероприятий, направленных на обеспечение защиты от манипулирования 17 общественным мнением; - особенности планирования коммуникационных кампаний в связях с общественностью; критерии оценки качественного коммуникативного продукта и эффективного коммуникативного события;
	Умеет	выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов и реализации коммуникационных программ и мероприятий, направленных на обеспечение защиты от манипулирования общественным мнением; - ставить цели и задачи коммуникационных кампаний, проводимых PR-специалистами; выбирать для проведения коммуникационных кампаний наиболее эффективные виды мероприятий в зависимости от поставленных стратегических целей;
	Владеет	навыками и методами планирования и организации коммуникационных программ и мероприятий, направленных на обеспечение защиты от манипулирования общественным мнением; - прикладными методами проведения исследований в области связей с общественностью; технологиями тактического планирования в PR-деятельности
ПК-12 способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знает	понятийный аппарат и теоретические основы социогуманитарного знания, иметь систему представлений о направленности развития социально-гуманитарных процессов;
	Умеет	описывать и квалифицированно анализировать современные социогуманитарные проблемы, выдвигать научно обоснованные прогнозы социальных явлений и процессов;
	Владеет	навыками системного анализа и прогнозирования

		социальных явлений и процессов и отображения результатов анализа в форме аналитических отчетов и обзоров.
ПК-14 способность прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой на коммуникационные принципы современных СМК и социально-психологических механизмах убеждения	Знает	историю и современное состояние технических средств массовой коммуникации; - особенности языка рекламы; - методики оценки эффективности рекламной кампании на различных каналах СМИ; - основополагающие положения ораторского искусства, требования, предъявляемые к устному выступлению, методике подготовки и 23 произнесения публичной речи, облику оратора;
	Умеет	осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - составлять тексты рекламы и связей с общественностью; - методически правильно с использованием различных средств выразительности и наглядности выступать с устной речью перед различными аудиториями;
	Владеет	основами производства СМИ и техническими средствами массовой коммуникации. - всеми видами речевой деятельности и основами культуры устной и письменной речи; - базовыми навыками медиапланирования;

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Теория и практика массовой информации» применяются следующие методы активного обучения и интерактивного взаимодействия между преподавателем и бакалаврами, между самими бакалаврами: доклады, устные сообщения, дискуссии.

## **I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 ЧАС.)**

### **Тема 1. Социально-политические реформы общества и возникновение журналистики (2 час.)**

1. Основные категории учебной дисциплины: социальная информация, массовая информация, СМИ, журналистика и др. Место и роль массовой информации, СМИ в профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью. Предыстория журналистики.

Дожурналистский опыт массовой коммуникации человечества. Развитие устных и письменных форм массово-информационной деятельности.

2. Развитие массовой прессы; процесс монополизации прессы; особенности информационной инфраструктуры в национальных границах различных стран; глобализация информационных процессов; понятие информационного общества. Развитие массовой прессы в странах Европы и России. Ежедневная политическая газета, ее роль в системе массовой коммуникации, особенности издания. Состояние и основные тенденции развития прессы Российской империи в конце XIX – начале XX вв. Пресса страны в условиях интенсивного развития капитализма. Процесс становления массовой прессы 1905-1907 гг. Русская пресса в годы Первой мировой войны. Политика правительства и военного командования по отношению к прессе. Образование Советского Союза и информационного агентства ТАСС. Отечественная журналистика в конце 20-х и в 30-х годах.

## **Тема 2. Массовая информация и ее роль в современном мире (2 час.)**

1. История возникновения, становления и развития информационных служб в России, зарубежных странах. Структура, задачи, содержание и направления деятельности информационных служб. Характеристика деятельности информационных служб России и стран Запада в XIX – XX веках. Развитие информационной службы в СССР.

2. Проблема разоружения и СМИ. Передачи «Сегодня в мире», «Политические обозреватели за «круглым столом», «Международная панорама» на радио и ТВ, освещение темы международной жизни на страницах газет и журналов. Телеграфное агентство Советского Союза как мировое информационное агентство. Структура и управление, роль и место ТАСС в системе средств массовой информации страны. Информационный кризис и альтернативы. Реорганизация агентства в 90-е годы.

3. Создание негосударственной информационной службы – Агентства печати «Новости» в 1991 г. преобразование его в Российское



Информационное Агентство «Новости». Деятельность агентства в 1991-2000 гг. Возникновение частного информационного агентства ИНТЕРФАКС, его развитие, роль и место в современном информационном потоке. Пресс-центр МИД РФ, другие информационные службы. Система информации в России 90-х годов. Современные информационные службы США, Великобритании, Германии, КНР, Франции, Японии и других стран. Развитие информационных служб в условиях глобализации информационных процессов, формирования информационного общества. Информационные агентства и сфера связей с общественностью.

### **Тема 3. Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке (2 час.)**

1. Основные тенденции в развитии журналистики в XX веке. Ее этапы. Состояние массовой информации и журналистики в России 90-х годов. Факторы, обусловившие коренные изменения содержания массовой информации и типологии СМИ.

2. Демократизация общества, возрождение в стране многопартийной печати, распад административно-командной системы управления СМИ, свобода печати и слова. Концепция нового политического мышления и ее воздействие на прессу, радио и телевидение.

3. Ведущие темы прессы Российской Федерации в период перестройки. Изменения содержания массовой информации и системных характеристик СМИ в условиях реформирования российского общества.

4. Законы СССР и Российской Федерации о средствах массовой информации.

### **Тема 4. Современные средства массовой информации Российской Федерации (2 час.)**

1. Содержание массовой информации и современные СМИ Российской Федерации. Модели, типология, системные характеристики журналистики: современной российской периодической печати, телевидения, радиовещания. Технические средства радио и телевидения.

2. Столичная и общенациональная пресса. Периферийная пресса, ТВ и радио. Закон «О свободе совести и религиозных организациях» и формирование института религиозной прессы. Средства массовой информации и проблемы мирового сообщества. Освещение международной жизни в СМИ.

**Тема 5. Средства массовой коммуникации: печать, радио и телевидение. Журналистика как сфера научной деятельности (2 час.)**

1. Исторические типы журналистики. «Качественные» и «массовые» СМИ и их место и роль в обществе. Свобода печати и журналистской деятельности. Джон Мильтон о свободе печати. Свобода, необходимость, ответственность применительно к теории и практике журналистики.

2. Экономические условия и факторы свободы СМИ. Юридические аспекты свободы журналистики. Законодательство России о СМИ и концепция свободы печати.

3. Журналистика как сфера массовой информационной деятельности. Процесс массовой коммуникации и СМИ. Массовая информация как центральная категория журналистики. Понятия и термины современной науки о журналистике.

4. Информация, массовая информация, социальная информация, журналистская информация, средства массовой информации, публицистика, система отношений «журналист-аудитория».

5. Научное творчество в сфере журналистики. Возникновение научных школ и создание научных центров по исследованию истории, теории и практики в области коммуникации. Успехи научно-исследовательской деятельности.

**Тема 6. Теория и методика журналистского творчества. Технические средства массовой коммуникации. Радио-журналистика (2 час.)**

Журналистское творчество как профессиональная деятельность; Интернет и его использование журналистом; технические средства в процессе журналистского творчества. Журналистское произведение как текст-жанровые разновидности. Публицистическое творчество. Редакторский, организаторский и авторский виды журналистской деятельности. Формы осуществления редакционной политики средствами массовой информации.

1. 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.

2. 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.

3. 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.

4. 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.

5. 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.

6. Особенности радиожурналистики как составной части СМИ. Типологические характеристики российских и зарубежных структурных компонентов радиожурналистики. Технические средства радиожурналистики. Взаимосвязь радиожурналистики и профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью.

### **Тема 7. Технические средства радио. Производство радиопрограмм. Телевизионная публицистика (2 час).**

1. Технические средства радиожурналистики. Устная речь, рисующие шумы, музыка, монтаж - основные выразительные средства радиовещания. 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.

2. Монтаж - важное выразительное средство. Виды радиомонтажа. Основные стадии производства радиопрограмм. Технические средства радиовещания. Радиодом и его оборудование, аппаратно-студийный комплекс. Акустические свойства студий. Магнитофоны. Цифровая запись.

3. 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 обзора, документального телевизионного рассказа.

**Тема 8. Технические средства телевидения. Производство телевизионных программ. Организация работы редакции: журналистский корпус (2 час.)**

1. Технические средства телевидения и изобразительно-выразительные средства. 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.

1. 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.

2. Материально-технические средства производства периодических изданий. Полиграфическая техника и полиграфические процессы. Основы современного полиграфического производства, средства полиграфического воспроизведения текста. Шрифты и их классификация.

3. Компьютерная технология в полиграфическом производстве. Верстка и печать. Дизайн полиграфических изданий. Печатание газет и журналов. Виды печати. Офсетный способ печати. Виды печатных машин. Технология изготовления печатных форм. Современные настольные издательские системы.

4. Редакция газеты как производственно-творческая структура. Особенности журналистской работы. Система управления редакционным коллективом. Научная организация труда в редакции. Инструментарий современного журналиста.

5. Штатное расписание редакций. Организация редакционных процессов при выпуске печатных СМИ. Требования техники безопасности и охраны окружающей среды. Технические средства печатных СМИ, радиовещания и телевидения. Правовая регламентация деятельности журналиста.

**Тема 9. Средства массовой информации как предприятие: рынок современной прессы. Профессионально-этические правила и нормы: законодательство в журналистике (2 час)**

1. Средства массовой информации и рынок. Позиционирование издания; распространение издания; ценообразование, себестоимость; оценка спроса, стимулирование сбыта; рынок типографских услуг; стандарты качества информации; финансовая политика; кредитование; государственные дотации средствам массовой информации. Журналистская информация как товар, редакция как производственное учреждение. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Изучение информационного рынка, служба маркетинга. Современный менеджмент и СМИ. Финансовый капитал на информационном рынке России.

2. Профессиональная и служебная этика журналиста. Кодекс как механизм саморегуляции в журналистских сообществах. Понятие «компромата»; проблема «скрытой рекламы»; проблема факта и комментария. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности. Социальная обусловленность позиции журналиста. Принципы поведения журналиста.

## **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (36 ЧАС.).**

**Занятие 1. Тема: Социально-политические реформы общества и возникновение журналистики. Массовая информация и ее роль в современном мире (6 час.)**

Влияние социальных, культурных, экономических и политических факторов на формирование регулярного процесса распространения торговой, коммерческой, культурной, научной, а также политической информации.

1. Социально-политические реформы общества и журналистика.
2. Массовая информация на ранних этапах развития массовой коммуникации. Коммуникативная природа журналистики.
3. Предпосылки возникновения, становления и развития массовой информации: социально-политические, информационные, в сфере духовной жизни общества, материально-технические.
4. Возникновение газет и журналов. Персональный журнализм. Процесс развития массовой прессы в странах Европы и в России в XVIII веке.
5. Опыт общественно-политической прессы в борьбе за демократию и прогрессивное развитие страны. Газетная и журнальная периодика.
6. Количественные и качественные характеристики прессы. Пресса как вид предпринимательства. Издательская деятельность. Взаимоотношение журналистики с промышленным и финансовым капиталом.
7. Типология печати. Типы газет и журналов. Характеристика крупнейших газет эпохи: «Новое время», «Русский инвалид», «Московские ведомости», «Санкт-Петербургские ведомости», «Россия», «Свет», «Новости», «Русское слово».

**Занятие 2. Тема: Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке в России. Современные средства массовой информации Российской Федерации (6 час)**

Периодическая печать, телевидение, радиовещание Российской Федерации в конце XX века. СМИ и идеи рыночного хозяйства для России.

1. Новые периодические издания, радиостанции и телеканалы на информационном рынке страны.

2. Процесс перепрофилирования российской прессы с 1991 г. Практика взаимодействия средств массовой информации и властных структур. Предпринимательская, официальная и партийная печать.

3. Новые темы и научные направления в исследовательской практике по журналистике. Профессиональная пресса на читательском рынке.

4. Союз журналистов России.

5. Техническое перевооружение средств массовой информации, Интернет, особенности его информационной деятельности.

6. Спутниковое, кабельное и эфирное телевидение. Компьютерная техника в производстве современной прессы, в работе редакций. Электронные версии современных газет.

7. Российские СМИ в Интернете. Проблемы реформирования экономической и общественной жизни и Интернет. Российская Федерация и мировое информационное пространство, глобализация информационных процессов.

8. Основные тенденции формирования и функционирования рынка прессы, радиовещания и телевидения в 2010-2015 гг.

**Занятие 3. Тема: Средства массовой коммуникации: печать, радио и телевидение Журналистика как сфера научной деятельности (6 час.)**  
Журналистика как фактор социального управления. Функции журналистики, их обоснование. Социальное предназначение журналистики. Коммуникативная функция как исходная функция журналистики. Взаимодействие функций.

1. Журналистика, характер и пределы ее властных возможностей. Журналистика как социальный институт, и как институт гражданского



общества. Журналистский корпус, источники информации, корреспондентская сеть, Интернет, редакционная база данных.

2. Журналистика и политика. Информационная политика средства массовой информации. Политическая культура журналиста. Политический анализ.

3. Журналистика как система средств массовой информации и управления ими. Массово-коммуникационные свойства прессы, радио и телевидения.

4. 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.

5. Структура управления в сфере коммуникации. Подготовка журналистских кадров. Подсистемы современных СМИ России: пресса, телевидение, радиовещание, книгоиздание, Интернет.

Известные историки и теоретики в сфере журналистики, теории и практики массовой информации и коммуникации.

6. Методы исследования журналистики, их эволюция. Проблемно-содержательный, структурный методы исследования в национальной и мировой практике. Социологические методы исследования СМИ. Метод контент-анализа.

#### **Занятие 4. Тема: Теория и методика журналистского творчества. Технические средства радио. Производство радиопрограмм (6 час)**

Тема науки, культуры и искусства в СМИ. Тема функционирования печати, радио, телевидения, Интернета в СМИ.

1. Рецензия как жанр, оценка и анализ событий научной и культурной жизни, произведений науки и искусства. Виды рецензии. Публицистическое своеобразие жанра.

2. Выдающиеся мастера рецензии в истории отечественной журналистики. Рецензия на страницах современных газет и журналов.

3. Литературно-художественная критика. Отделы публицистики и библиографии в структуре редакции «толстого журнала».

4. Жанр «обозрение», его особенности. Становление обозрения в истории отечественной журналистики. Виды обозрения. Международное, экономическое, литературное обозрение.

5. Работа над обозрением. Известные журналисты - обозреватели России.

6. Обзор писем. Письмо как жанр журналистики. Особенности эпистолярной публицистики. Разновидности жанра письма.

7. Письмо на страницах отечественной журналистики. Письмо в современной газете, в журнале.

8. Журналистское расследование как жанр современных средств массовой информации, его особенности. Методика получения сведений для журналистского расследования.

9. Организационные принципы радиовещания. Роль журналиста в производстве радиопрограмм. Технология подготовки и ведения студийных и внестудийных радиопередач.

10. Перспективы развития радиовещания. Новые электронные СМИ: техника и технология. Стадии планирования и производства радиопрограмм. Выбор темы и ее мотивировка. Источники формирования радиопрограмм. Внутренние и внешние источники.

11. Разработка сценария или сценарного плана. Выбор технических средств для радиопередачи или магнитной записи. Производство технически пригодной радиопрограммы. Монтаж и выпуск в эфир готовой программы. Верстка программы дня и недели. Принципы верстки. Радиопрограммы и PR.

**Занятие 5. Тема: Технические средства массовой коммуникации. Радиожурналистика Телевизионная публицистика. Технические средства телевидения. Производство телевизионных программ (6 час.)**

Информационные жанры. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки радио заметки, 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.

1. Документально-художественные жанры. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки репортажа (событийного и проблемного), очерка (портретного и страноведческого), документальный радио рассказ, документальная радио композиция.

1. Основные стадии производства телевизионных программ. Технические основы телевидения. Принципы построения приемно-передающей телевизионной системы. Телевизионные стандарты. Магнитная видеозапись. Цифровое телевидение. Телевидение высокой четкости.

2. Телевизионные центры и их оборудование. Внестудийное телевизионное оборудование, передвижная и репортажная телевизионная техника. Организация телевизионного вещания.

3. Роль журналиста в телевизионном производстве. 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.

4. Телевизионная съемка и подготовка технически пригодной программы. Монтаж. Верстка программы дня, недели. Принципы верстки программ на день, неделю. Выпуск программы в эфир. Кабельное и эфирное телевидение. Спутниковое телевидение. Телевизионная публицистика и PR.

**Занятие 6. Тема: Организация работы редакции: журналистский корпус. Профессионально-этические правила и нормы: законодательство в журналистике (6 час.)**

1. Технологические схемы выпуска газетно-журнальной продукции. Современное оформление газет и журналов, макетирование и верстка. Постоянные элементы в верстке. Заглавие газеты и его сопровождение. Титульный лист журнала. Формат газеты и журнала.

2. Шрифтовое оформление. Требования к газетным и журнальным заголовкам и рубрикам. Оригинал текста и редакторская работа над ним. Виды правки текста. Подсчет объема текстового и иллюстрированного материала. Виды макета. Принципы и приемы макетирования. Верстка газет и ее виды. Компьютерное макетирование и верстка периодических изданий.

3. Понятие о компьютерном дизайне периодических изданий. Типографский дизайн. Функциональность и эстетика оформления. Композиционно-графическое моделирование. Взаимосвязь содержания и формы. Техника оформления колонок, заголовков, иллюстраций, объявлений. Эстетика полосы. Особенности и стили оформления рекламы. Дизайн информационно-рекламных приложений. Работа с цветом.

4. Фотография в газете, журнале, книге. Современная фотографическая техника. Техника фотосъемки. Фотоаппарат, его устройство, основные характеристики фотооптики. Репортажная съемка, съемка объектов архитектуры, пейзажа, спорта, фотопортрет на страницах печати.

5. Выразительные и изобразительные средства фотографии. Композиция снимка. Специфика фотографии для газеты, журнала, книги. Фотоснимок и текст к нему в композиционно графической модели издания. Фоторепортаж, его оформление. Фотореклама.

6. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции. Изучение информационного рынка. Служба маркетинга. Бюджет редакции печатного периодического издания. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства.

7. Распространение периодического издания. Направления и формы сотрудничества отделов по связям с общественностью с редакционными коллективами. Связи с общественностью в редакционной структуре.

8. Гласность и ее проявления в журналистской деятельности. Принципы гласности.

9. Журналист и источники информации.

10. Журналист и его герои. Редакционный коллектив и нормы служебной этики.

### **III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Теория и практика массовой информации» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

### **IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА**

п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Модуль I. Социально-политические реформы общества и возникновение журналистики	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	знание	Собеседование (УО-1)	Вопросы к экзамену 1-10

	Массовая информация и ее роль в современном мире (2 час.)					
2	Модуль II. Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке.	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	знание	Собеседование (УО-1)	Вопросы экзамену 11-18	к
3	Модуль III. Средства массовой коммуникации: печать, радио и телевидение. Журналистика как сфера научной деятельности (2 час.)	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	знание	Собеседование (УО-1)	Вопросы экзамену 19-30	к
4	Модуль VI. Теория и методика журналистского творчества.	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	умение	Собеседование (УО-1)	Вопросы экзамену 31-44	к
5	Модуль V. Современные средства массовой информации Российской Федерации (2 час)	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	умение	Реферат (ПР-4)	Вопросы экзамену 45-46	к
6	Модуль VI. Технические средства массовой коммуникации. Радио-журналистика (2 час)	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	умение	Собеседование (УО-1)	Вопросы экзамену 47-52	к
7	Модуль VII. Технические средства радио. Производство радиопрограмм. Телевизионная публицистика (2 час).	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	умение	Реферат (ПР-4)	Вопросы экзамену 53-59	к
8	Модуль VIII. Технические средства телевидения. Производство телевизионных программ. Организация работы	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	владение	Реферат (ПР-4)	Вопросы экзамену 60-64	к

	редакции: журналистский корпус (2 час.)				
9	Модуль IX. Средства массовой информации как предприятие: рынок современной прессы Профессионально-этические правила и нормы: законодательство в журналистике (2 час)	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	владение	Реферат (ПР-4)	Вопросы к экзамену 65-68

Контрольные и методические материалы, а также критерии и показатели необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы представлены в Приложении 2.

## **V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

*(электронные и печатные издания)*

1. Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс] : учебник / А. Г. Киселёв. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 432 с. - 978-5-238-01742-6. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117150>

2. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : Учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=404699>

3. Шарков Ф.И. Коммуникология: социология массовой коммуникации: Учебное пособие/ Шарков Ф.И. М., Дашков и К, 2012. – 319 с.

4. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие/ Шарков Ф.И. М., Дашков и К, 2014. – 334 с.

11. Черникова Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие / Е.В. Черникова. - 2-е изд., испр. и доп./ М.: Школа издательского и медиа бизнеса, 2012. - 414 с.

12. Марков А.А., Молчанова О.И., Полякова Н.В. Теория и практика массовой информации. Учебник / под общ. ред. А.А.Маркова. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 252 с. – (Высшее образование. Бакалавриат).

### **Дополнительная литература**

*(электронные и печатные издания)*

#### **1. Дополнительная литература**

*(электронные и печатные издания)*

1. СМИ и мировые цивилизации. Освещение проблем цивилизации в СМИ на Западе и в России : учебное пособие для факультета Международной журналистики МГИМО (У) / Б. А. Гонтарев ; Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России. Москва. МГИМО-Университет. 2011. 304 с.

2. История зарубежной журналистики, 1929-2013 : учебно-методический комплект : учебное пособие для вузов / Г. В. Прутцков ; под ред. Я. Н. Засурского. 2-е изд., испр. и доп. Москва. Аспект Пресс. 2013. 432 с.

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети**

#### **«Интернет»**

1. Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://minsvyaz.ru/ru/>



2. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.farpmc.ru/rospechat.html>
3. Союз журналистов России. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ruj.ru/>
4. Международная федерация журналистов. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ifj.org/>

## **ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используется следующее программное обеспечение:

Microsoft Office Professional Plus 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.);

7Zip 9.20 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных.

## **VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Курс структурирован по хронологическому, тематическому и сравнительно-типологическому принципам, что позволяет, с одной стороны, систематизировать учебный материал, с другой – подчёркивает связь с другими дисциплинами гуманитарного и специального цикла.

В процессе изучения материалов учебного курса предлагаются разнообразные формы работ: чтение лекций, практические занятия, контрольные работы.

*Лекционные занятия* ориентированы на освещение вводных тем в каждый раздел курса и призваны ориентировать студентов в предлагаемом материале, заложить научные и методологические основы для дальнейшей самостоятельной работы студентов.

*Практические занятия* акцентированы на наиболее принципиальных и проблемных вопросах взаимодействия государства и религии на разных исторических этапах и призваны стимулировать выработку собственной позиции по данным темам.

Особо значимой для профессиональной подготовки студентов является *самостоятельная работа* по курсу. В ходе этой работы студенты отбирают необходимый материал по изучаемому вопросу и анализируют его. Самостоятельная работа с литературой включает в себя такие приемы как составление плана, тезисов, конспектов, аннотирование источников, написание рефератов. В рамках учебного курса подразумевается составление тематических докладов, которые проверяется преподавателем, обсуждается со студентами и учитывается при итоговом контроле знаний по курсу.

Студентов необходимо познакомить с основными источниками, без которых невозможно полноценное понимание проблематики курса. Поэтому эти источники рекомендованы студентам для домашнего изучения и включены в программу.

В процессе преподавания дисциплины «Теория и практика массовой информации» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

Лекционные занятия

1. Лекция-конференция

В начале занятия преподаватель называет тему лекции и просит студентов письменно задавать ему вопросы по данной теме. Каждый студент должен в течение 2-3 минут сформулировать наиболее интересующие его вопросы по теме лекции, написать их на листке бумаги и передать записку преподавателю. Преподаватель в течение 3-5 минут сортирует вопросы по их смысловому содержанию и начинает читать лекцию. Изложение материала преподносится в виде связного раскрытия темы, а не как ответ на каждый заданный вопрос, но в процессе лекции формулируются соответствующие

ответы. В завершение лекции преподаватель проводит итоговую оценку вопросов, выявляя знания и интересы студентов.

Отличительная черта этой формы лекции состоит в активизации работы студентов на занятии за счет адресованного информирования каждого студента лично: необходимость сформулировать вопрос и грамотно его задать инициирует мыслительную деятельность, а ожидание ответа на свой вопрос концентрирует внимание студента. Необходимо ориентировать (обучать) студентов формулировать вопросы, которые носят проблемный характер и являются началом творческих процессов мышления.

Личностное, профессиональное и социальное отношение преподавателя к поставленным вопросам и ответам на них оказывает воспитательное влияние на студентов. Участвуя в лекции пресс-конференции, студенты отрабатывают умение задавать вопросы и отвечать на них, выходить из трудных коммуникативных ситуаций, формировать навыки доказательства и опровержения.

## 2. Лекция-дискуссия

Преподаватель осуществляет диалог с аудиторией, свободный обмен мнениями, идеями по исследуемой теме. По мере чтения лекции привлекается внимание слушателей к наиболее важным вопросам темы, определяет содержание, методы и темп изложения учебного материала с учетом особенностей аудитории. Участие студентов обеспечивается приемами обращения с вопросами к аудитории (озадачивание) информационного или проблемного характера. Эффект достигается лишь при соответствующем подборе вопросов для беседы и дискуссии, при умелом целенаправленном управлении.

### Практические занятия

#### 1. Метод научной дискуссии.

Дискуссия - метод активного включения обучаемых в коллективный поиск истины, повышающий интенсивность и эффективность учебного процесса. Она требует от студентов напряженной самостоятельной работы,

рождает у каждого из них потребность высказать собственную точку зрения, свое мнение по обсуждаемому вопросу.

Дискуссия на семинаре должна быть доброжелательной и корректной. Ее участники должны проявлять принципиальность и последовательность в суждениях, ответственность за свое выступление, что выражается в научной весомости замечаний и контраргументов, содержательности выражаемой мысли, точности в определении понятий.

Одна из задач такого метода проведения практических занятий – привить студентам навыки и правила ведения научной дискуссии. Для этого академическая группа разделяется на три подгруппы, имеющие разные роли на практическом занятии:

- группа докладчиков
- группа оппонентов
- группа рецензентов.

В ходе занятия «докладчики» освещают основные вопросы занятия, «оппоненты» ведут научную дискуссию с «докладчиками», «рецензенты» анализируют ход дискуссии и всё занятие.

## **VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокоммутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 529

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции

цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДФУ)

---

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

По дисциплине «Теория и практика массовой информации»

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью**

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**Форма подготовки очная**

**Владивосток  
2018**

## План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине:

№	Примерная дата проведения	Наименование контрольного мероприятия	Форма контроля	Нормы времени на выполнение
1	1 -10 неделя	Подготовка к семинарским занятиям	Выступление на семинарских занятиях	100 час.
2	11-18 неделя	Подготовка рефератов на заданные темы	Защита реферата	62 час.
3	19 неделя	Подготовка к экзамену	экзамен	36 час.

### Характеристика заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их выполнению

Цель самостоятельной работой студента – закрепить знания, умения и навыки, полученные в ходе аудиторных занятий (лекций, практических занятий). Данный вид работы осуществляется под руководством преподавателя, который выполняет функцию управления через контроль и коррекцию ошибок. Самостоятельная работа заключается в выполнении (как индивидуально, так и в команде) различного рода заданий в ходе внеаудиторной деятельности (самостоятельное прочтение, прослушивание, запоминание, осмысление и воспроизведение определенной информации). Данная работа выполняется в удобное для студентов время и представляется преподавателю на проверку. Самостоятельная работа предусматривает большую самостоятельность студентов, творческий и индивидуальный подход. Со стороны преподавателя – консультационная, контролирующая, психолого-педагогическая инновационная деятельность. Общими задачами самостоятельной работы студента являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование навыков работы с литературой;

- развитие познавательных способностей и активности: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений.

При изучении дисциплины «Теория и практика массовой информации» студентам предлагаются следующие формы самостоятельной работы:

- Подготовка к лекциям, а также их разбор, корректировка, изучение конспектов лекций;
- Изучение теоретического материала по учебникам, литературным и иным источникам (в библиотеках, дома, в компьютерном классе или др.);
- Подготовка ответов на вопросы практических занятий, составление тезисов выступлений;
- Самостоятельное изучение отдельных тем (вопросов), подготовка реферата.

### **Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям**

Практические занятия являются одним из видов занятий при изучении курса дисциплины «Теория и практика массовой информации» и включают самостоятельную подготовку студентов по заранее предложенному плану темы, конспектирование предложенной литературы, подготовку докладов и презентаций, защиту доклада, написание тезисов выступлений.

Целью практических занятий является закрепление, расширение, углубление теоретических знаний, полученных на лекциях и в ходе самостоятельной работы, развитие познавательных способностей.

Задачей практического занятия является формирование у студентов навыков самостоятельного мышления и публичного выступления при изучении темы, умения обобщать и анализировать фактический материал, сравнивать различные точки зрения, определять и аргументировать



собственную позицию.

Самоподготовка к практическим занятиям включает такие виды деятельности как:

- 1) самостоятельная проработка конспекта лекции, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы;
- 2) работа над подготовкой сообщения и тезисов доклада, реферата и их защита;
- 3) подготовка к устным опросам, собеседованию, подготовка к экзамену.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо:

- изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах и т.д.;
- учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей учебной программы;
- подготовить план-конспект (конспект) всех вопросов, выносимых на практическое занятие согласно плану практического занятия;
- подготовить сообщение или тезисы для выступлений по всем вопросам, выносимым на практическое занятие, а также составить план-конспект своего выступления. Готовясь к докладу или сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю;
- продумать примеры с целью обеспечения связи изучаемой теории с реальной жизнью.
- Подготовить презентацию для демонстрации примеров или визуализации доклада для своих однокурсников.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду

со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

На практическом занятии каждый его участник должен быть готовым к опросу или собеседованию (выступлению) по всем поставленным в плане вопросам, **проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Если занятие проходит в форме семинара с докладами, то выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, использовать факты и наблюдения современной жизни и т. д.**

В заключение преподаватель, как руководитель практического занятия, подводит его итоги. На практическом занятии **собеседование** представляет собой специальную беседу преподавателя со студентом по вопросам для собеседования, рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу дисциплины.

## **I. Тематика рефератов, докладов**

1. Информация как социальный и экономический ресурс
2. Социальные проблемы и СМИ
3. Феномен внушения в постсоветских СМИ
4. Модели взаимоотношений прессы и государства в современной России
5. Проблема эффективного взаимодействия текста с аудиторией:

- информационная насыщенность, информативность, информированность.
6. Принципы создания эффективных текстов в Интернет-журналистике
  7. Место телевидения в информировании о событиях международного уровня.
  8. Типологические признаки современного радиовещания
  9. Правовое регулирование электронных СМИ в России
  10. Специфика распространения информации по немедийным каналам
  11. Проблемы аргументации в современном журналистском тексте
  12. Особенности современного газетного стиля
  13. Творческие факторы эффективности СМИ
  14. Проблемы развития гражданского общества в публикациях российских СМИ
  15. Социальные эффекты массовой коммуникации
  16. Зарубежные издания и телерадиостанции как канал информирования российской аудитории
  17. Общее и особенное в представлении информации центральных и местных СМИ
  18. Роль техники в развитии печати
  19. Роль экономики в возникновении и развитии периодической печати
  20. Роль культуры в развитии печати
  21. Коммерциализация газетно-журнальной индустрии: основные тенденции
  22. Информационная безопасность в Российской Федерации
  23. Система СМИ в России и ее особенности
  24. Радиостанции, их специфика и аудитория. Категории радиопрограмм
  25. Телеканалы, их специфика и аудитория. Категории телепрограмм
  26. Новые информационные технологии
  27. Спутниковое ТВ, интерактивное ТВ и их функционирование
  28. Структура рынка информации
  29. Глобализация и СМИ
  30. Свобода массовой информации как гарантия информационной

безопасности (исследование российских и международных правовых и нормативных актов).

31. Проблемы интеллектуальной собственности в деятельности СМИ (на примере исследования содержания Петербургских СМИ)

32. Глобальные проблемы в средствах массовой информации (на примере исследования содержания Петербургских СМИ)

33. Роль СМИ в стереотипизации массового сознания аудитории (на примере исследования содержания Петербургских СМИ)

34. Манипулирование сознанием в массовой коммуникации. СМИ как средство манипулирования (на примере исследования содержания Петербургских СМИ)

35. Проблема целостного отражения реальной действительности в информационно-аналитических программах государственных и коммерческих телеканалов (сравнительный анализ информационно-аналитических телепрограмм – коммерческого и государственного телеканала).

36. Феномен популярности телевизионного ведущего: методики исследования (на примере исследования аудитории программы теленовостей).

37. Изучение аудиторий СМИ: методы и проблемы

38. "Массовая" и "качественная" пресса: перспективы развития (на примере исследования Петербургских изданий)

39. Слагаемые мировоззренческой концепции постмодернизма и ее проявление в текстах СМИ (на примере исследования текстов петербургских СМИ).

40. Телевизионный репортаж: особенности и технологии создания (на примере репортажей новостных/информационно-аналитических программ центральных телеканалов).

41. Отличительные особенности журналистского текста и PR-текста.

42. Возможности различных СМИ: сравнительный анализ особенностей

взаимоотношений различных СМИ с аудиторией (на примере петербургских СМИ).

43. Доверие массовой аудитории – основа эффективности СМИ. Рейтинг как показатель эффективности (проанализировать причины высокого/низкого рейтинга конкретных СМИ города – на основе реальных данных медиаизмерений).

44. Медиа-политическая система российских СМИ: обзор аналитических подходов.

45. Государственная политика в области СМИ: опыт ведущих демократических стран (обзор нормативных актов, российская специфика).

46. Психологические последствия коммерциализации и монополизации СМИ (аналитический обзор теорий П. Бурдьё, Э. Фромма, Г. Маркузе).

47. Средства массовой информации как создатели особой виртуально-символической реальности (ведущие российские телеканалы и управление массовым сознанием).

48. Основные формы и методы психологического воздействия на массовую аудиторию (аналитический обзор).

49. Психологические войны и СМИ. Причины, формы и основные методы.

### **Методические рекомендации по подготовке тезисов доклада (сообщения) для выступления на практическом занятии**

Доклад – вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает сущность исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Различают устный и письменный доклад (по содержанию, близкий к реферату). Выступление с докладом выявляет умение работать с литературой; способность раскрыть сущность поставленной проблемы одноклассникам, ее актуальность; общую подготовку в рамках дисциплины.

Отличительной чертой доклада является научный стиль речи. Основная цель научного стиля речи – сообщение объективной информации, доказательство истинности научного знания.

Этапы работы над докладом:

– подбор и изучение основных источников по теме (как и при написании реферата, рекомендуется использовать не менее 4–10 источников);

– составление библиографии;

– обработка и систематизация материала. Подготовка выводов и обобщений;

– разработка плана доклада;

– написание;

– публичное выступление с результатами исследования.

Общая структура такого доклада может быть следующей:

1) формулировка темы выступления;

2) актуальность темы (чем интересно направление исследований, в чем заключается его важность, какие ученые работали в этой области, каким вопросам уделялось недостаточное внимание в данной теме, почему выбрана именно эта тема для изучения);

3) цель работы (в общих чертах соответствует формулировке темы выступления и может уточнять ее);

4) задачи исследования (конкретизируют цель работы, «раскладывая» ее на составляющие);

5) методика проведения сбора материала (подробное описание всех действий, связанных с получением результатов);

6) результаты. Краткое изложение новой информации, которую получил докладчик в процессе изучения темы. При изложении результатов желательно давать четкое и немногословное истолкование новым мыслям. Желательно продемонстрировать иллюстрированные книги, копии иллюстраций, схемы;

7) выводы. Они кратко характеризуют основные полученные результаты и выявленные тенденции. В заключении выводы должны быть пронумерованы, обычно их не более четырех.

При подготовке к докладу (выступлению на занятии по какой-либо проблеме) необходимо самостоятельно подобрать литературу, важно использовать и рекомендуемую литературу, внимательно прочитать ее, обратив внимание на ключевые слова, выписав основные понятия, их определения, характеристики тех или иных явлений культуры. Следует самостоятельно составить план своего выступления, а при необходимости и записать весь текст доклада.

Если конспект будущего выступления оказывается слишком объемным, материала слишком много и сокращение его, казалось бы, невозможно, то необходимо, тренируясь, пересказать в устной форме отобранный материал. Неоценимую помощь в работе над докладом оказывают написанные на отдельных листах бумаги записи краткого плана ответа, а также записи имен, дат, названий, которыми можно воспользоваться во время выступления. В то же время недопустимым является безотрывное чтение текста доклада, поэтому необходимо к нему тщательно готовиться. В конце выступления обычно подводят итог, делают выводы.

Рекомендуемое время для выступления с докладом на практическом занятии составляет 7-10 минут. Поэтому при подготовке доклада из текста работы отбирается самое главное.

Способы заинтересовать слушателей доклада:

1. Начать выступление:

- с проблемного или оригинального вопроса по теме выступления;
- с интересной цитаты по теме выступления;
- с конкретного примера из жизни, необычного факта;
- с образного сравнения предмета выступления с конкретным явлением, вещью;
- начать с истории, интересного случая;

## 2. Основное изложение:

- после неординарного начала должны следовать обоснование темы, её актуальность, а также научное положение – тезис;
- доклад допускает определенный экспромт (может полностью не совпадать с научной статьей), что привлекает слушателей;
- используйте образные сравнения, контрасты;
- помните об уместности приводимых образов, контрастов, сравнений и мере их использования;
- рассказывая, будьте конкретны;

## 3. Окончание выступления:

- кратко изложить основные мысли, которые были затронуты в докладе;
- процитировать что-нибудь по теме доклада;
- создать кульминацию, оставив слушателей в размышлениях над поставленной проблемой.

Подготовка сообщения – это вид внеаудиторной самостоятельной работы по подготовке небольшого по объему устного сообщения для озвучивания на практическом занятии. Сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения, несет новизну, отражает современный взгляд по определенным проблемам.

Сообщение отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами.

Регламент времени на озвучивание сообщения – до 5 мин.

Затраты времени на подготовку сообщения зависят от трудности сбора информации, сложности материала по теме, индивидуальных особенностей студента и определяются преподавателем. Ориентировочное время на подготовку информационного сообщения – 1 ч.

Роль преподавателя:

- определить тему и цель доклада (или сообщения);



- определить место и сроки подготовки доклада (или сообщения);
- оказать консультативную помощь при формировании структуры доклада (или сообщения);
- рекомендовать основную и дополнительную литературу по теме доклада (или сообщения);
- оценить доклад (или сообщение) в контексте занятия.

Роль студента:

- собрать и изучить литературу по теме;
- составить план или графическую структуру доклада (или сообщения);
- выделить основные понятия;
- ввести в текст дополнительные данные, характеризующие объект изучения;
- оформить доклад (или сообщение) в форме презентации или раздаточного материала (по желанию и при необходимости);
- сдать на контроль преподавателю и озвучить в установленный срок.

**Критерии оценки (письменного/устного доклада, реферата, сообщения, эссе:**

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; подготовлена презентация; приведены актуальные примеры, связывающие реальность с теорией.

✓ 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки

при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

✓ 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

### **Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы**

#### *Подготовка к практическим занятиям*

Обязательным требованием является наличие ответов на вопросы для предварительной самостоятельной подготовки и вопросы для собеседования (опроса) по дисциплине.

*Подготовка тезисов доклада для выступления на практическом занятии.*

Общая структура такого доклада может быть следующей:

- 1) формулировка темы выступления;
- 2) актуальность темы (чем интересно направление исследований, в чем заключается его важность, какие ученые работали в этой области, каким вопросам уделялось недостаточное внимание в данной теме, почему выбрана именно эта тема для изучения);

3) цель работы (в общих чертах соответствует формулировке темы выступления и может уточнять ее);

4) задачи исследования (конкретизируют цель работы, «раскладывая» ее на составляющие);

5) методика проведения сбора материала (подробное описание всех действий, связанных с получением результатов);

6) результаты. Краткое изложение новой информации, которую получил докладчик в процессе изучения темы. При изложении результатов желательно давать четкое и немногословное истолкование новым мыслям. Желательно продемонстрировать иллюстрированные книги, копии иллюстраций, схемы;

7) выводы. Они кратко характеризуют основные полученные результаты и выявленные тенденции. В заключении выводы должны быть пронумерованы, обычно их не более четырех.

Рекомендуемое время для выступления с докладом на практическом занятии составляет 7-10 минут, с сообщением – 5 минут.

Доклад при необходимости следует оформить доклад (или сообщение) в форме презентации или раздаточного материала.

### **Критерии оценки выполнения самостоятельной работы**

Общими критериями оценки результатов самостоятельной работы обучающихся являются:

- уровень освоения учебного материала;
- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;
- обоснованность и четкость изложения материала;
- уровень умения ориентироваться в потоке информации, выделять главное;
- уровень умения четко сформулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия;

- уровень умения определить, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий;

- уровень умения сформулировать собственную позицию, оценку и аргументировать ее.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

---

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по дисциплине «Теория и практика массовой информации»  
**Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с  
общественностью**  
Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»  
**Форма подготовки очная**

**Владивосток**

**2018**

## Паспорт ФОС

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-4: умение планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знает	Основные теории и приемы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий
	Умеет	Планировать и готовить под контролем ход коммуникационных кампаний и мероприятий
	Владеет	Навыками планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Знает	основы управленческой деятельности и организации работы рекламных служб и служб, технологию оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, особенности и технологии проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, методы оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; - особенности интернет-рекламы и интернетPR;
	Умеет	выполнять профессиональные функции по управлению, организации, планированию и оперативному контролю рекламной работы и деятельности по связям с общественностью, применять соответствующие технологии проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, использовать методы оценки эффективности деятельности в области рекламы и связей с общественностью; - планировать эффективность рекламных и PR-кампаний, осуществлять оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;
	Владеет	навыками управления, организации, планирования и оперативного контроля рекламной работы и деятельности по связям с общественностью, применения соответствующих технологий проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, использования методов оценки эффективности деятельности в области рекламы и связей с общественностью; - методами и средствами оценки эффективности интернет-рекламы и интернет-PR;
ПК-2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знает	виды и особенности планирования и организации своей деятельности и деятельности фирмы при подготовке и проведении коммуникационных мероприятий, направленных на обеспечение защиты от манипулирования 17 общественным мнением; - особенности планирования коммуникационных кампаний в связях с общественностью; критерии оценки качественного коммуникативного продукта и эффективного коммуникативного события;

	Умеет	выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов и реализации коммуникационных программ и мероприятий, направленных на обеспечение защиты от манипулирования общественным мнением; - ставить цели и задачи коммуникационных кампаний, проводимых PR-специалистами; выбирать для проведения коммуникационных кампаний наиболее эффективные виды мероприятий в зависимости от поставленных стратегических целей;
	Владеет	навыками и методами планирования и организации коммуникационных программ и мероприятий, направленных на обеспечение защиты от манипулирования общественным мнением; - прикладными методами проведения исследований в области связей с общественностью; технологиями тактического планирования в PR-деятельности
ПК-12 способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знает	понятийный аппарат и теоретические основы социогуманитарного знания, иметь систему представлений о направленности развития социально-гуманитарных процессов;
	Умеет	описывать и квалифицированно анализировать современные социальногуманитарные проблемы, выдвигать научно обоснованные прогнозы социальных явлений и процессов;
	Владеет	навыками системного анализа и прогнозирования социальных явлений и процессов и отображения результатов анализа в форме аналитических отчетов и обзоров.
ПК-14 способность прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой коммуникационные принципы современных СМК и социально-психологических механизмах убеждения	Знает	историю и современное состояние технических средств массовой коммуникации; - особенности языка рекламы; - методики оценки эффективности рекламной кампании на различных каналах СМИ; - основополагающие положения ораторского искусства, требования, предъявляемые к устному выступлению, методике подготовки и 23 произнесения публичной речи, облику оратора;
	Умеет	осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - составлять тексты рекламы и связей с общественностью; - методически правильно с использованием различных средств выразительности и наглядности выступать с устной речью перед различными аудиториями;
	Владеет	основами производства СМИ и техническими средствами массовой коммуникации. - всеми видами речевой деятельности и основами культуры устной и письменной речи; - базовыми навыками медиапланирования;

п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Модуль I. Социально-политические реформы общества и возникновение журналистики Массовая информация и ее роль в современном мире (2 час.)	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	знание знание	Собеседование (УО-1)	Вопросы к экзамену 1-10
2	Модуль II. Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке.	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	знание знание	Собеседование (УО-1)	Вопросы к экзамену 11-18
3	Модуль III. Средства массовой коммуникации: печать, радио и телевидение. Журналистика как сфера научной деятельности (2 час.)	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	знание знание	Собеседование (УО-1)	Вопросы к экзамену 19-30
4	Модуль VI. Теория и методика журналистского творчества.	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	умение умение	Собеседование (УО-1)	Вопросы к экзамену 31-44
5	Модуль V. Современные средства массовой информации Российской Федерации (2 час)	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	умение умение	Реферат (ПР-4)	Вопросы к экзамену 45-46
6	Модуль VI. Технические средства массовой коммуникации. Радио-журналистика (2 час)	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	умение умение	Собеседование (УО-1)	Вопросы к экзамену 47-52



7	Модуль VII. Технические средства радио. Производство радиопрограмм. Телевизионная публицистика (2 час).	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	умение умение	Реферат (ПР-4)	Вопросы к экзамену 53-59
8	Модуль VIII. Технические средства телевидения. Производство телевизионных программ. Организация работы редакции: журналистский корпус (2 час.)	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	владение владение	Реферат (ПР-4)	Вопросы к экзамену 60-64
9	Модуль IX. Средства массовой информации как предприятие: рынок современной прессы. Профессионально-этические правила и нормы: законодательство в журналистике (2 час)	ОПК-4 ПК-1 ПК-2 ПК-12 ПК-14	владение владение	Реферат (ПР-4)	Вопросы к экзамену 65-68

### Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Знает (пороговый уровень)	Функции и задачи специалиста по связям с общественностью, возникающие при взаимодействии с представителями средств массовой информации, а также основы управления	Знание особенностей функционирования связей с общественностью в масс-медиа и журналистике	Способность перечислить функции и задачи специалиста по связям с общественностью, возникающие при взаимодействии с представителями средств массовой информации; способность раскрыть основы управления связями с общественностью в редакционных

		связями с общественностью в редакционных коллективах.		коллективах
	Умеет (продвинутый уровень)	Реализовывать под контролем профессиональные функции специалиста по связям с общественностью, возникающие в медийном пространстве, управлять под контролем связями с общественностью в редакционных коллективах	Умение применять навыки специалиста по связям с общественностью, возникающие в медийном пространстве	Способность самостоятельно искать решение, предлагать его, отстаивать свою точку зрения в вопросах управления редакционным коллективом
	Владеет (высокий уровень)	Профессиональными навыками управления под контролем связями с общественностью в редакционных коллективах	Владение профессиональными навыками управления под контролем связями с общественностью в редакционных коллективах	Способность реализовать на практике навыки управления связями с общественностью в редакционном коллективе
ОПК-4: умение планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знает (пороговый уровень)	Основные теории и приемы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий	Знание основных теорий и приемов планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий	Способность перечислить основные теории и приемы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий
	Умеет (продвинутый уровень)	Планировать и готовить под контролем ход коммуникационных кампаний и	Умение применять навыки планирования и подготовки	Способность применять навыки планирования и подготовки коммуникационных компаний и

		мероприятий	коммуникационн ых компаний и мероприятий	мероприятий
	Владеет (высокий уровень)	Навыками планирования и подготовки коммуникационн ых компаний и мероприятий	Владение навыками планирования и подготовки коммуникационн ых компаний и мероприятий	Способность реализовать на практике навыки планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знает (пороговый уровень)	виды и особенности планирования и организации своей деятельности и деятельности фирмы при подготовке и проведении коммуникационн ых мероприятий, направленных на обеспечение защиты от манипулировани я общественным мнением; - особенности планирования коммуникационн ых кампаний в связях с общественность ю; критерии оценки качественного коммуникативно го продукта и эффективного коммуникативно го события;	Владеет навыками планирования и организации фирмы при подготовке и проведении коммуникационн ых мероприятий; знаком с особенностями планирования коммуникационн ых кампаний в связях с общественностью ; оценивает качественный коммуникативны й продукт и эффективность коммуникативно го события;	Способен подготовить и провести коммуникационные мероприятия, учитывая особенности планирования коммуникационных кампаний в связях с общественностью; способен определить критерии оценки качественного коммуникативного продукта и эффективного коммуникативного события;
	Умеет (продвинут ый уровень)	выполнять аналитические и организационны е работы при подготовке концепций, планов и реализации коммуникационн ых программ и мероприятий, направленных на обеспечение	Знание основ проведения аналитических и организационных работы при подготовке и реализации коммуникационн ых программ и мероприятий; выбор для проведения коммуникационн	Выполнение аналитических и организационных работ при подготовке концепций, планов и реализация коммуникационных программ и мероприятий, проводимых PR- специалистами; проведение наиболее эффективных видов

		защиты от манипулирования общественным мнением; - ставить цели и задачи коммуникационных кампаний, проводимых PR-специалистами; выбирать для проведения коммуникационных кампаний наиболее эффективные виды мероприятий в зависимости от поставленных стратегических целей;	ых кампаний наиболее эффективных видов мероприятий в зависимости от поставленных стратегических целей;	мероприятий и коммуникационных кампаний в зависимости от поставленных стратегических целей;
	Владеет (высокий уровень)	навыками и методами планирования и организации коммуникационных программ и мероприятий, направленных на обеспечение защиты от манипулирования общественным мнением; - прикладными методами проведения исследований в области связей с общественностью; технологиями тактического планирования в PR-деятельности	знание методов планирования и организации коммуникационных программ и мероприятий, методов проведения исследований в области связей с общественностью; технологий тактического планирования в PR-деятельности	планирование и организация коммуникационных программ и мероприятий; обеспечение защиты от манипулирования общественным мнением;
ПК-12 способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знает (пороговый уровень)	понятийный аппарат и теоретические основы социогуманитарного знания, иметь систему представлений о направленности развития социально-гуманитарных	знание понятийного аппарата и теоретических основы социогуманитарного знания, социально-гуманитарных процессов;	применение знаний и представлений о теоретических основах социогуманитарной направленности и развития социально-гуманитарных процессов при составлении аналитических справок, обзоров и прогнозов

		процессов;		
	Умеет (продвину- тый уровень)	описывать и квалифицирован- но анализировать современные социально- гуманитарные проблемы, выдвигать научно обоснованные прогнозы социальных явлений и процессов;	знание современных социально- гуманитарных проблем, социальных явлений и процессов;	квалифицированное описание и анализ современных социально- гуманитарных проблем при составлении аналитических справок, обзоров и прогнозов
	Владеет (высокий уровень)	навыками системного анализа и прогнозирования социальных явлений и процессов и отображения результатов анализа в форме аналитических отчетов и обзоров.	умение проводить системный анализ и прогнозировать социальные явления и процессы;	отображение результатов анализа в форме аналитических отчетов и обзоров
ПК-14 способность прогнозировать и оценивать результативност ь бизнес- проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой коммуникационн ые принципы современных СМК и социально- психологических механизмах убеждения	Знает (пороговый уровень)	историю и современное состояние технических средств массовой коммуникации; - особенности языка рекламы; - методики оценки эффективности рекламной кампании на различных каналах СМИ; - основополагающ ие положения ораторского искусства,	знание истории и современного состояния технических средств массовой коммуникации; особенностей языка рекламы; методов оценки эффективности рекламной кампании на различных каналах СМИ; основ ораторского искусства	прогнозирование и оценка результативности бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций; умение и произнесения публичной речи

		требования, предъявляемые к устному выступлению, методике подготовки и произнесения публичной речи, облику оратора;		
	Умеет (продвинутой уровень)	осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - составлять тексты рекламы и связей с общественностью; - методически правильно с использованием различных средств выразительности и наглядности выступать с устной речью перед различными аудиториями;	осуществление профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных областях знаний; методически правильное использование различных средств выразительности и наглядности при публичном выступлении перед различными аудиториями;	методически правильное, с использованием различных средств выразительности и наглядности, выступление с устной речью перед различными аудиториями;

	Владеет (высокий уровень)	основами производства СМИ и техническими средствами массовой коммуникации. - всеми видами речевой деятельности и основами культуры устной и письменной речи; - базовыми навыками медиапланирования;	знание основ производства СМИ; всех видами речевой деятельности и основ культуры устной и письменной речи; базовы навыков медиапланирования;	применение базовых навыков всех видов речевой деятельности и основ культуры устной и письменной речи при оценке и проведении бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций и медиапланировании
--	---------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины**

### **Оценочные средства для промежуточной аттестации**

Цель экзамена - завершить курс обучения конкретной дисциплине, проверить сложившуюся у студента систему понятий и отметить уровень полученных знаний, на базе которого он приобретает умения и навыки анализировать и синтезировать государственно-правовые явления. Тем самым экзамен содействуют решению главной задачи высшего образования - подготовке квалифицированных специалистов. Основными функциями зачета являются обучающая, оценивающая и воспитательная.

Обучающая функция экзамена состоит в том, что студент в период экзаменационной сессии вновь обращается к пройденному учебному материалу, перечитывает конспект лекций, учебник, иные источники информации. Он не только повторяет и закрепляет полученные знания, но и получает новые. Во-первых, именно во время экзамена «старые» знания обобщаются и переводятся тем самым на качественно новый уровень - на уровень системы как упорядоченной совокупности данных, что позволяет студенту понять логику предмета в целом. Во-вторых, новые знания студент получает в процессе изучения того, чего не было на лекциях и семинарских занятиях: отдельных тем, предложенных для самостоятельного изучения,

новейшей научной литературы (монографий, статей и т.п.) и нормативной базы (законов и т.п.).

Оценивающая функция экзамена заключается в том, что они не только обучают, но и подводят итоги, как знаниям студентов, так и в определенной степени всей учебной работе по данному предмету.

### **Вопросы для экзамена.**

1. Массовая информация: определение, характеристика, критерии.
2. Типология, система СМИ. Аудитория.
3. Системные особенности современного радиовещания.
4. Периодическая печать как системный объект. Общероссийские издания и региональная пресса.
5. Периодическая печать как системный объект. Деловая, рекламная пресса. Издания для женщин.
6. Структурно-функциональные аспекты телевидения. Современные медиа-холдинги.
7. Информационные агентства. История развития и современные лидеры рынка.
8. Основные этапы развития массовой информации. Возникновение письменности.
9. Основные этапы развития массовой информации. Прагазетные явления.
10. Основные этапы развития массовой информации. Западноевропейская книга.
11. Основные этапы развития массовой информации. Древнерусская литература, зарождение жанров журналистики.
12. Основные этапы развития массовой информации. Становление газетно-журнального дела в Европе и России.
13. Журналистика России дореволюционного и советского периода. Охарактеризуйте роль СМИ в период гласности в СССР.



14. Журналистика Российской Федерации. Назовите особенности индустрии mass-media в современном мире.
15. Терроризм в СМИ: аудитория и способы предотвращения.
16. Информационная политика государства. Закон о средствах массовой информации.
17. Глобальные проблемы человечества в СМИ.
18. Освещение климатических проблем в современных СМИ России.
19. Освещение проблем нищеты и голода в странах третьего мира.
20. Загрязнение почвы и воды глазами российских и международных СМИ. Техногенные катастрофы в международных СМИ.
21. Проблема неграмотности населения как глобальная проблема человечества в российской журналистике. Демографическая проблема в российских СМИ.
22. Деятельность агентства «ИнформНаука» как правопреемника ГСНТИ.
23. Манипуляции в СМИ. Возможность противодействия. Информационные технологии и их воздействие.
24. Информационные жанры журналистики.
25. Аналитические жанры журналистики.
26. Художественно-публицистические жанры журналистики.
27. Жанровые особенности радиожурналистики.
28. Жанровые особенности тележурналистики.
29. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции.
30. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса.
31. Бюджет редакции печатного периодического издания, телерадиокомпании и информационного агентства.
32. Позиционирование и распространение издания, оценка спроса, стимулирование сбыта.

33. Связи с общественностью в редакционной структуре.
34. Финансовая политика издания, кредитование, государственные дотации средствам массовой информации.
35. Государственные субсидии, районные и городские дотации на примере СМИ Владивостока и Приморского края.
36. Полиграфическая база в деятельности редакции печатного издания. История центров печати Владивостока в 1990-2010 гг.
37. Современные центры печати Владивостока и Приморского края (развитие полиграфической базы в последнее десятилетие)
38. Журналистская информация как товар, стандарты качества информации.
39. Журналистский корпус, редакционный коллектив.
40. Профессиональная и служебная этика журналиста.
41. Кодекс как механизм саморегуляции в журналистских сообществах.
42. Понятие «компромата»; проблема «скрытой рекламы»; проблема факта и комментария.
43. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности.
44. Принципы поведения журналиста. Проблема выбора. Истина.
45. Гласность и ее проявления в журналистской деятельности.
46. Журналист и источники информации. Права и обязанности журналиста.
47. Законы и иные правовые акты, регулирующие деятельность СМИ в России. Их основные положения, нюансы реализации.
48. Сведения и тайны, охраняемые законом. Журналист и его герои с этической точки зрения.
49. Международная Декларация принципов поведения журналистов.
50. Функционирование правил журналистской этики в России (яркие примеры, инциденты и прецеденты).

51. Функционирование правил журналистской этики в Европе (яркие примеры, инциденты и прецеденты).
52. Функционирование правил журналистской этики в США (яркие примеры, инциденты и прецеденты).
53. Терроризм в СМИ: аудитория и способы предотвращения.
54. Информационная политика государства
55. Глобальные проблемы человечества в СМИ.
56. Освещение климатических проблем в современных СМИ России.
57. Освещение проблем нищеты и голода в странах третьего мира.
58. Загрязнение почвы и воды глазами российских и международных СМИ.
59. Техногенные катастрофы в международных СМИ.
60. Проблема неграмотности населения как глобальная проблема человечества в российской журналистике.
61. Демографическая проблема в российских СМИ.
62. Деятельность агентства «ИнформНаука» как правопреемника ГСНТИ.
63. Манипуляции в СМИ. Возможность противодействия.
64. Информационные технологии и их воздействие.
65. Информационные жанры журналистики.
66. Аналитические жанры журналистики.
67. Художественно-публицистические жанры журналистики.
68. Жанровые особенности радиожурналистики.
69. Жанровые особенности тележурналистики.

## Критерии выставления оценки студенту на экзамене:

Баллы	Оценка экзамена	Требования к сформированным компетенциям
100-86	<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
85-76	<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
60 и менее	<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

### Текущая аттестация студентов.

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Теория и практика массовой информации» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине «История государственно-конфессиональных отношений в России» проводится в форме устных опросов (собеседования, УО-1), осуществляется ведущим преподавателем. Также в текущую оценку по

дисциплине входит практическое занятие – конференция и подготовка рефератов.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

- степень усвоения теоретических знаний;

- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;

- результаты самостоятельной работы.

Оценка знаний, умений, навыков выражена в уровнях:

– «высокий», соответствующий академической оценке «отлично»;

– «продвинутый», соответствующий академической оценке «хорошо»;

– «пороговый уровень», соответствующий академической оценке «удовлетворительно».

**Критерии оценивания знаний, умений и навыков:**

– Полнота знаний теоретического контролируемого материала (минимум до 50 %);

– Полнота знаний практического контролируемого материала, демонстрация умений и навыков решения типовых задач, выполнения типовых заданий (минимум до 65 %);

– Умение извлекать и использовать основную информацию из заданных теоретических и научных источников;

– Умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников;

– Умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать практический материал для иллюстраций теоретических положений;

- Умение самостоятельно решать задачу на основе изученных методов, приемов, технологий;
- Умение ясно, четко, логично и грамотно излагать собственные размышления, делать умозаключения и выводы;
- Умение соблюдать заданную форму изложения (доклад);
- Умение пользоваться ресурсами глобальной сети Интернет;
- Умение определять, формулировать проблему и находить пути ее решения;
- Умение самостоятельно принимать решения на основе проведенных исследований;
- Умение создавать содержательную презентацию выполненной работы.

***Критерии оценивания компетенций:***

- Способность к публичной коммуникации (демонстрация навыков публичного выступления и ведения дискуссии на профессиональные темы, владение нормами литературного языка, профессиональной терминологией, этикетной лексикой);
- Способность эффективно работать самостоятельно;
- Способность эффективно работать в команде;
- Готовность к сотрудничеству, толерантность;
- Способность организовать эффективную работу команды;
- Способность к профессиональной и социальной адаптации;
- Способность понимать и анализировать социальные, экономические и экологические последствия своей профессиональной деятельности;
- Владение навыками здорового образа жизни;
- Готовность к постоянному развитию;
- Способность использовать широкие теоретические и практические знания в рамках специализированной части какой-либо области;

- Способность демонстрировать освоение методов и инструментов в сложной и специализированной области;
- Способность интегрировать знания из новых или междисциплинарных областей для исследовательского диагностирования проблем;
- Способность демонстрировать критический анализ, оценку и синтез новых сложных идей;
- Способность оценивать свою деятельность и деятельность других;
- Способность последовательно оценивать собственное обучение и определять потребности в обучении для его продолжения.

Для этой дисциплины используются следующие оценочные средства:

- 1) Устный опрос (УО):
  - Собеседование (УО-1)
- 2) Письменные работы (ПР):
  - Реферат (ПР-4)

### **1.1 УО-1 – собеседование**

Вопросы собеседования:

1. Влияние социальных, культурных, экономических и политических факторов на формирование регулярного процесса распространения торговой, коммерческой, культурной, научной, а также политической информации.
2. Социально-политические реформы общества и журналистика.
3. Массовая информация на ранних этапах развития массовой коммуникации. Коммуникативная природа журналистики.
4. Предпосылки возникновения, становления и развития массовой информации: социально-политические, информационные, в сфере духовной жизни общества, материально-технические.

5. Возникновение газет и журналов. Персональный журнализм. Процесс развития массовой прессы в странах Европы и в России в XVIII веке.
6. Опыт общественно-политической прессы в борьбе за демократию и прогрессивное развитие страны. Газетная и журнальная периодика.
7. Количественные и качественные характеристики прессы. Пресса как вид предпринимательства. Издательская деятельность. Взаимоотношение журналистики с промышленным и финансовым капиталом.
8. Типология печати. Типы газет и журналов. Характеристика крупнейших газет эпохи: «Новое время», «Русский инвалид», «Московские ведомости», «Санкт-Петербургские ведомости», «Россия», «Свет», «Новости», «Русское слово».
9. Периодическая печать, телевидение, радиовещание Российской Федерации в конце XX века. СМИ и идеи рыночного хозяйства для России.
10. Новые периодические издания, радиостанции и телеканалы на информационном рынке страны.
11. Процесс перепрофилирования российской прессы с 1991 г. Практика взаимодействия средств массовой информации и властных структур. Предпринимательская, официальная и партийная печать.
12. Новые темы и научные направления в исследовательской практике по журналистике. Профессиональная пресса на читательском рынке.
13. Союз журналистов России.
14. Техническое перевооружение средств массовой информации, Интернет, особенности его информационной деятельности.
15. Спутниковое, кабельное и эфирное телевидение. Компьютерная техника в производстве современной прессы, в работе редакций. Электронные версии современных газет.
16. Российские СМИ в Интернете. Проблемы реформирования экономической и общественной жизни и Интернет. Российская Федерация и



мировое информационное пространство, глобализация информационных процессов.

17. Основные тенденции формирования и функционирования рынка прессы, радиовещания и телевидения в 2010-2015 гг.

18. Журналистика как фактор социального управления. Функции журналистики, их обоснование. Социальное предназначение журналистики. Коммуникативная функция как исходная функция журналистики. Взаимодействие функций.

19. Журналистика, характер и пределы ее властных возможностей. Журналистика как социальный институт, и как институт гражданского общества. Журналистский корпус, источники информации, корреспондентская сеть, Интернет, редакционная база данных.

20. Журналистика и политика. Информационная политика средства массовой информации. Политическая культура журналиста. Политический анализ.

21. Журналистика как система средств массовой информации и управления ими. Массово-коммуникационные свойства прессы, радио и телевидения.

22. 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.

23. Структура управления в сфере коммуникации. Подготовка журналистских кадров. Подсистемы современных СМИ России: пресса, телевидение, радиовещание, книгоиздание, Интернет.

24. Известные историки и теоретики в сфере журналистики, теории и практики массовой информации и коммуникации.

25. Методы исследования журналистики, их эволюция. Проблемно-содержательный, структурный методы исследования в национальной и

мировой практике. Социологические методы исследования СМИ. Метод контент-анализа.

26. Тема науки, культуры и искусства в СМИ. Тема функционирования печати, радио, телевидения, Интернета в СМИ.

27. Рецензия как жанр, оценка и анализ событий научной и культурной жизни, произведений науки и искусства. Виды рецензии. Публицистическое своеобразие жанра.

28. Выдающиеся мастера рецензии в истории отечественной журналистики. Рецензия на страницах современных газет и журналов.

29. Литературно-художественная критика. Отделы публицистики и библиографии в структуре редакции «толстого журнала».

30. Жанр «обозрение», его особенности. Становление обозрения в истории отечественной журналистики. Виды обозрения. Международное, экономическое, литературное обозрение.

31. Работа над обозрением. Известные журналисты - обозреватели России.

32. Обзор писем. Письмо как жанр журналистики. Особенности эпистолярной публицистики. Разновидности жанра письма.

33. Письмо на страницах отечественной журналистики. Письмо в современной газете, в журнале.

34. Журналистское расследование как жанр современных средств массовой информации, его особенности. Методика получения сведений для журналистского расследования.

35. Организационные принципы радиовещания. Роль журналиста в производстве радиопрограмм. Технология подготовки и ведения студийных и внестудийных радиопередач.

36. Перспективы развития радиовещания. Новые электронные СМИ: техника и технология. Стадии планирования и производства радиопрограмм. Выбор темы и ее мотивировка. Источники формирования радиопрограмм. Внутренние и внешние источники.

37. Разработка сценария или сценарного плана. Выбор технических средств для радиопередачи или магнитной записи. Производство технически пригодной радиопрограммы. Монтаж и выпуск в эфир готовой программы. Верстка программы дня и недели. Принципы верстки. Радиопрограммы и PR.

38. Информационные жанры. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки радиозаметки, радиокорреспонденции, 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.

39. Документально-художественные жанры. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки репортажа (событийного и проблемного), очерка (портретного и страноведческого), документальный радиорассказ, документальная радиоконпозиция.

40. Основные стадии производства телевизионных программ. Технические основы телевидения. Принципы построения приемно-передающей телевизионной системы. Телевизионные стандарты. Магнитная видеозапись. Цифровое телевидение. Телевидение высокой четкости.

41. Телевизионные центры и их оборудование. Внестудийное телевизионное оборудование, передвижная и репортажная телевизионная техника. Организация телевизионного вещания.

42. Роль журналиста в телевизионном производстве. 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.

43. Телевизионная съемка и подготовка технически пригодной программы. Монтаж. Верстка программы дня, недели. Принципы верстки

программ на день, неделю. Выпуск программы в эфир. Кабельное и эфирное телевидение. Спутниковое телевидение. Телевизионная публицистика и PR.

44. Технологические схемы выпуска газетно-журнальной продукции. Современное оформление газет и журналов, макетирование и верстка. Постоянные элементы в верстке. Заглавие газеты и его сопровождение. Титульный лист журнала. Формат газеты и журнала.

45. Шрифтовое оформление. Требования к газетным и журнальным заголовкам и рубрикам. Оригинал текста и редакторская работа над ним. Виды правки текста. Подсчет объема текстового и иллюстрированного материала. Виды макета. Принципы и приемы макетирования. Верстка газет и ее виды. Компьютерное макетирование и верстка периодических изданий.

46. Понятие о компьютерном дизайне периодических изданий. Типографский дизайн. Функциональность и эстетика оформления. Композиционно-графическое моделирование. Взаимосвязь содержания и формы. Техника оформления колонок, заголовков, иллюстраций, объявлений. Эстетика полосы. Особенности и стили оформления рекламы. Дизайн информационно-рекламных приложений. Работа с цветом.

47. Фотография в газете, журнале, книге. Современная фотографическая техника. Техника фотосъемки. Фотоаппарат, его устройство, основные характеристики фотооптики. Репортажная съемка, съемка объектов архитектуры, пейзажа, спорта, фотопортрет на страницах печати.

48. Выразительные и изобразительные средства фотографии. Композиция снимка. Специфика фотографии для газеты, журнала, книги. Фотоснимок и текст к нему в композиционнографической модели издания. Фоторепортаж, его оформление. Фотореклама.

49. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции. Изучение информационного рынка. Служба маркетинга. Бюджет редакции печатного периодического издания. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства.

50. Распространение периодического издания. Направления и формы сотрудничества отделов по связям с общественностью с редакционными коллективами. Связи с общественностью в редакционной структуре.

51. Проблема выбора. Истина.

52. Гласность и ее проявления в журналистской деятельности. Принципы гласности.

53. Журналист и источники информации.

54. Журналист и его герои. Редакционный коллектив и нормы служебной этики.

## **1.2 ПР-4 реферат**

### **Темы рефератов:**

1. Информация как социальный и экономический ресурс
2. Социальные проблемы и СМИ
3. Феномен внушения в постсоветских СМИ
4. Модели взаимоотношений прессы и государства в современной России
5. Проблема эффективного взаимодействия текста с аудиторией: информационная насыщенность, информативность, информированность.
6. Принципы создания эффективных текстов в Интернет-журналистике
7. Место телевидения в информировании о событиях международного уровня.
8. Типологические признаки современного радиовещания
9. Правовое регулирование электронных СМИ в России
10. Специфика распространения информации по немедийным каналам
11. Проблемы аргументации в современном журналистском тексте
12. Особенности современного газетного стиля
13. Творческие факторы эффективности СМИ
14. Проблемы развития гражданского общества в публикациях российских СМИ
15. Социальные эффекты массовой коммуникации
16. Зарубежные издания и телерадиостанции как канал информирования

17. Общее и особенное в представлении информации центральных и местных СМИ
18. Роль техники в развитии печати
19. Роль экономики в возникновении и развитии периодической печати
20. Роль культуры в развитии печати
21. Коммерциализация газетно-журнальной индустрии: основные тенденции
22. Информационная безопасность в Российской Федерации
23. Система СМИ в России и ее особенности
24. Радиостанции, их специфика и аудитория. Категории радиопрограмм
25. Телеканалы, их специфика и аудитория. Категории телепрограмм
26. Новые информационные технологии
27. Спутниковое ТВ, интерактивное ТВ и их функционирование
28. Структура рынка информации
29. Глобализация и СМИ
30. Свобода массовой информации как гарантия информационной безопасности (исследование русских и международных правовых и нормативных актов).
31. Проблемы интеллектуальной собственности в деятельности СМИ
32. Глобальные проблемы в средствах массовой информации
33. Роль СМИ в стереотипизации массового сознания аудитории
34. Манипулирование сознанием в массовой коммуникации. СМИ как средство манипулирования
35. Проблема целостного отражения реальной действительности в информационно-аналитических программах государственных и коммерческих телеканалов (сравнительный анализ информационно-аналитических телепрограмм – коммерческого и государственного телеканала).
36. Феномен популярности телевизионного ведущего: методики исследования (на примере исследования аудитории программы

теленостей).

37. Изучение аудиторий СМИ: методы и проблемы

38. "Массовая" и "качественная" пресса: перспективы развития (на примере исследования региональных изданий)

39. Слагаемые мировоззренческой концепции постмодернизма и ее проявление в текстах СМИ (на примере исследования текстов региональных СМИ).

40. Телевизионный репортаж: особенности и технологии создания (на примере репортажей новостных/информационно-аналитических программ центральных телеканалов).

41. Отличительные особенности журналистского текста и PR-текста.

42. Возможности различных СМИ: сравнительный анализ особенностей взаимоотношений различных СМИ с аудиторией (на примере местных и региональных СМИ).

43. Доверие массовой аудитории – основа эффективности СМИ. Рейтинг как показатель эффективности (проанализировать причины высокого/низкого рейтинга конкретных СМИ города – на основе реальных данных медиаизмерений).

44. Медиа-политическая система российских СМИ: обзор аналитических подходов.

45. Государственная политика в области СМИ: опыт ведущих демократических стран (обзор нормативных актов, российская специфика).

46. Психологические последствия коммерциализации и монополизации СМИ (аналитический обзор теорий П. Бурдьё, Э. Фромма, Г. Маркузе).

47. Средства массовой информации как создатели особой виртуально-символической реальности (ведущие российские телеканалы и управление массовым сознанием).

48. Основные формы и методы психологического воздействия на массовую аудиторию (аналитический обзор).

49. Психологические войны и СМИ. Причины, формы и основные методы.

## **Критерии оценки реферата**

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

✓ 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.