



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК



«21»_декабря__2021 г.

ПРОГРАММА

Государственной итоговой аттестации

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.04.02 Журналистика
Программа магистратуры
Теория и экономика цифровых медиа

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения: очная

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) 2 года

Владивосток
2021

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
Программы государственной итоговой аттестации

По направлению подготовки 42.04.02 Журналистика
Теория и экономика цифровых медиа

Программа государственной итоговой аттестации составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. №529.

Рассмотрена и утверждена на заседании УС Школы искусств и гуманитарных наук «23» декабря 2021 г. (протокол № 4).

Рассмотрена и утверждена на заседании УС ДВФУ «27» января 2022 г. (протокол № 01-22).

Руководитель ОП

Кандидат политических наук

Заместитель директора Школы
по учебной и воспитательной работе


Аргылов Н.А.
(Подпись, Ф.И.О.)


Волошина М.А.

Пояснительная записка

Государственная итоговая аттестация выпускника ДВФУ по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика является обязательной и осуществляется после освоения основной образовательной программы в полном объеме.

Характеристика профессиональной деятельности выпускника:

Направленность ОПОП ориентирована на:

области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности выпускников:

- 01 образование и наука
 - 06 связь, информационные и коммуникационные технологии;
 - 11 средства массовой информации, издательство и полиграфия;
- типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- организационно-управленческий;
- проектно-аналитический;
- научно-исследовательский;

на объекты профессиональной деятельности выпускников или области знания (при необходимости): журналистский текст и (или) продукт, передаваемый по различным каналам и адресованный разным аудиторным группам.

Требования к результатам освоения образовательной программы:

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы)	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Осуществляет критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода
		УК-1.2 Осуществляет системный анализ проблемных ситуаций
		УК-1.3 Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников

		УК-1.4 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Владеет навыками разработки и реализации проектов в коммуникационной сфере
		УК-2.2 Оценивает реализацию проектов в коммуникационной сфере на всех этапах
		УК-2.3 Управляет проектами в коммуникационной сфере на всех этапах их жизненного цикла
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Вырабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели
		УК-3.2 Организует работу команды, определяет стратегию ее деятельности
		УК-3.3 Эффективно мотивирует команду для успешного выполнения поставленных целей работы
Коммуникация	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Устанавливает контакты и организует общение в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные коммуникативные технологии
		УК-4.2 Составляет типовую деловую документацию для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языках
		УК-4.3 Создает различные академические и профессиональные тексты на иностранном(ых) языке(ах)
		УК-4.4 Представляет результаты, организует обсуждение исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском и иностранном языках
Межкультурное взаимодействие	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям в профессиональном взаимодействии
		УК-5.2 Анализирует социально значимые проблемы, явления и социокультурные процессы
		УК-5.3 Обосновывает выбор ценностных ориентиров, формирует и отстаивает гражданскую позицию

		УК-5.4 Толерантно и конструктивно выстраивает взаимодействие в коллективе с учетом национальных и социокультурных особенностей с целью успешного выполнения профессиональных задач и создания условий для социальной интеграции
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Оценивает и формирует свои ресурсы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует в процессе саморазвития и самосовершенствования, профессионального роста
		УК-6.2 Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в том числе профессиональной) деятельности на основе самооценки
		УК-6.3 Определяет и анализирует стратегию собственного профессионального развития с использованием инструментов непрерывного образования
		УК-6.4 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом накопленного опыта саморазвития и самосовершенствования, профессионального роста, динамично изменяющихся требований рынка труда

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
УК-1.1 Осуществляет критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода	Знает основные теоретические концепции функционирования массовой коммуникации в современном обществе, тренды трансформации медиасистем и ее составляющих (прежде всего, аудитории)
	Умеет анализировать влияние медийного канала коммуникации на эффективность массовой коммуникации
	Владеет определения проблемной ситуации в области массовой коммуникации, формулировки аналитических и практических проблем, гипотетических утверждений, направленных на их решение
УК-1.2 Осуществляет системный анализ проблемных ситуаций	Знает методологию и методику изучения медиа, а также подходов к исследованию разных сторон и направлений функционирования современных медиа-организаций
	Умеет сопоставлять различные результаты исследований медиа-аудитории и использовать их в профессиональной деятельности
	Владеет умением проводить аналитические

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	исследования, связанные с моделированием и проверкой выдвинутых гипотез
УК-1.3 Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников	Знает существующие исследовательские методы и критерии их адекватного выбора; требования, предъявляемые к надежности и достоверности информации, обоснованности и практической значимости выводов
	Умеет проводить научно-прикладные исследования в сфере журналистики и медиа
	Владеет навыками организации и проведения научно-прикладных исследований в сфере журналистики и массовой коммуникации
УК-1.4 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов	Знает современные теории массовой коммуникации, понимает специфику массовых коммуникаций в системе социальных коммуникаций, сущность массового коммуникационного процесса, особенности массовой информации и функционирования СМИ как важнейшего вида массовой коммуникации в современном обществе
	Умеет обосновывать с психологической точки зрения выбор массмедийного канала для конкретных коммуникативных кампаний; адекватно оценивать теоретические проблемы массовой коммуникации и использовать их основные положения и приоритеты при решении социальных и профессиональных задач
	Владеет научно-критического анализа ситуации, функционирования массовой коммуникации и практической деятельности журналиста
УК-2.1 Владеет навыками разработки и реализации проектов в коммуникационной сфере	Знает методики разработки локального авторского медиапроекта, принципы анализа концепции СМИ
	Умеет разрабатывать локальный авторский медиапроект; участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ
	Владеет способностью создавать проектные задачи для реализации мультимедийного проекта, распределять задачи между работниками и оценивать их деятельность
УК-2.2 Оценивает реализацию проектов в коммуникационной сфере на всех этапах	Знает методы анализа и верификации информации, необходимой оценки реализации мультимедийного проекта на каждом этапе
	Умеет использовать информационно-коммуникационные технологии для поиска и обработки информации и презентации результатов реализации проекта на каждом этапе
	Владеет алгоритмом оценивания успешности и эффективности реализации мультимедийного проекта на каждом из этапов
УК-2.3 Управляет проектами в коммуникационной сфере на всех этапах их жизненного цикла	Знает подходы к проектированию организационной структуры медиакомпании, алгоритмы разработки новых видов и форматов медиапродукции

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	<p>Умеет разрабатывать стратегии проектирования и сопровождения мультимедийного проекта</p> <p>Владеет навыками и способностями к руководству проектной деятельностью в сфере медиакоммуникаций</p>
<p>УК-3.1 Вырабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>Знает теоретические основы медиаменеджмента в условиях цифровизации; ключевые проблемы управления современными редакциями; типологию современных редакций; особенности медиатекста как продукта</p> <p>Умеет оптимизировать рабочие процессы с целью изменения свойств информационного продукта; исследовать компетенции, личные качества и мотивационные доминанты сотрудников редакции</p> <p>Владеет технологиями процессного менеджмента, навыками эффективного лидера</p>
<p>УК-3.2 Организует работу команды, определяет стратегию ее деятельности</p>	<p>Знает подходы к определению качества медиатекста; специфику взаимодействия аудитории и медиатекста в цифровой среде; структуру процесса создания медиатекста</p> <p>Умеет организовывать работу редакционного коллектива по созданию информационного продукта; проводить анализ рабочих процессов в редакции</p> <p>Владеет алгоритмом проведения творческих собраний редакции (планерок и летучек) в традиционных и конвергентных редакциях; навыками подготовки предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции</p>
<p>УК-3.3 Эффективно мотивирует команду для успешного выполнения поставленных целей работы</p>	<p>Знает ключевые компетенции и личные качества журналистов; особенности мотивации сотрудников редакции; основы лидерства в редакциях массмедиа.</p> <p>Умеет применять адекватные мотивационные системы; адаптировать стиль лидерства под решение конкретных задач редакции</p> <p>Владеет техниками мотивации деятельности сотрудников редакции; методами анализа деятельности редакционного коллектива и самоанализа</p>
<p>УК-4.1 Устанавливает контакты и организует общение в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные коммуникативные технологии</p>	<p>Знает теоретические основы языкового строя английского языка, позволяющие осуществлять межкультурную коммуникацию; «2000+» наиболее употребительных слов и выражений в политической, социальной, экономической, академической, культурной и страноведческой областях знаний</p> <p>Умеет воспринимать англоязычную речевую информацию на слух, понимать практически весь объем информации в рамках пройденных тем, проявлять значительную языковую догадку при наличии незнакомых слов; свободно выражать мысли и поддерживать общение на изученные темы на иностранном языке (английский)</p>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	Владеет опытом межличностной и межкультурной коммуникации на английском языке в вузе и за пределами вуза (урочной коммуникации, внеурочной, учебной, профессиональной, деловой, социально-бытовой, проектной и т.п.)
УК-4.2 Составляет типовую деловую документацию для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языках	Знает требования к содержанию и оформлению деловой документации на изучаемом языке, принятые в международной практике
	Умеет создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам
	Владеет продвинутыми навыками английского письма, необходимыми для подготовки деловой документации и ведения деловой переписки
УК-4.3 Создает различные академические и профессиональные тексты на иностранном(ых) языке(ах)	Знает иностранный язык (английский) на уровне не ниже C1 по общеевропейской шкале оценивания (Common European Framework of Reference, CEFR)
	При осуществлении письменной коммуникации на английском языке активно использует изученные стратегии и технологии, необходимые для различных форматов (межличностный, деловой, академический форматы)
	Владеет навыками перевода, анализа и восприятия на слух англоязычного текста, а также продуцирования и редактирования устных и письменных текстов на уровне C1
УК-4.4 Представляет результаты, организует обсуждение исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском и иностранном языках	Знает особенности функционального различных стилей английского языка, необходимые для восприятия и грамотной интерпретации англоязычных текстов и оформления собственного дискурса; правила коммуникативного поведения в ситуациях межкультурного научного и профессионального общения в устной и письменной формах
	Умеет продуцировать самостоятельные устные и письменные высказывания на уровне C1, проводить презентации на заданную тему, представлять результаты своих научных исследований
	Владеет изучаемым иностранным языком в целях его практического использования в профессиональной и научной деятельности для получения информации из зарубежных источников и аргументированного изложения собственной точки зрения
УК-5.1 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям в профессиональном взаимодействии	Знает важнейшие ценности (в том числе коммуникативные) различных культур (западноевропейские, восточные, русские и др.), определяющие коммуникативное поведение их носителей
	Умеет адекватно интерпретировать конкретные проявления коммуникативного поведения

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	<p>представителей иных культур в вербальной, невербальной, эмоциональной, эмотивной коммуникации; выбирать оптимальную стратегию и тактику поведения с учётом цели коммуникации и культуры собеседника</p> <p>Владеет навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям народов России и зарубежья, толерантно воспринимает социальные и культурные различия</p>
УК-5.2 Анализирует социально значимые проблемы, явления и социокультурные процессы	<p>Знает характерные признаки и параметры разных культур</p> <p>Умеет анализировать, толковать и правильно применять обществоведческие и межкультурные понятия и знания.</p> <p>Владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, ее использования при анализе процессов культурной жизни государства</p>
УК-5.3 Обосновывает выбор ценностных ориентиров, формирует и отстаивает гражданскую позицию	<p>Знает коммуникационный процесс и связи, технологию взаимопознания, конструктивных взаимоотношений и взаимодействий</p> <p>Умеет находить пути решения различных коммуникационных задач, возникающих в момент взаимодействия интересов различных социальных групп</p> <p>Владеет культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения в соответствии со сформированными представлениями об культурных основах различных стран и народов</p>
УК-5.4 Толерантно и конструктивно выстраивает взаимодействие в коллективе с учетом национальных и социокультурных особенностей с целью успешного выполнения профессиональных задач и создания условий для социальной интеграции	<p>Знает основные принципы, формы и способы эффективной коммуникации, а также препятствия на её пути</p> <p>Умеет профессионально общаться с представителями других культур, учитывая их особенности, работать в многокультурном пространстве современных медиа</p> <p>Владеет необходимыми методами и навыками для осуществления коммуникации в различных областях общения, высокой терпимостью и уважением к другим культурам</p>
УК-6.1 Оценивает и формирует свои ресурсы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует в процессе саморазвития и самосовершенствования, профессионального роста	<p>Знает свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами; методики и современные техники работы с основными типами ресурсов</p> <p>Умеет организовывать свою рабочую обстановку, выбирать инструменты для достижения целей; действовать в нестандартных ситуациях</p> <p>Владеет способностью управления своими ресурсами при выполнении конкретных задач, проектов, при</p>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	достижении поставленных целей; объективно оценивает свои ресурсные возможности и выбирает стратегии личного развития.
УК-6.2 Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в том числе профессиональной) деятельности на основе самооценки	Знает методы определения приоритетов личного развития и профессионального роста
	Умеет применять техники рефлексии, объективного оценивания своих результатов деятельности, путей и потребностей для дальнейшего личного и профессионального развития и совершенствования
	Владеет навыками объективного анализа собственного личного и профессионального развития, определения векторов пути совершенствования
УК-6.3 Определяет и анализирует стратегию собственного профессионального развития с использованием инструментов непрерывного образования	Знает требования рынка труда и предложения образовательных услуг в сфере профессиональной деятельности.
	Умеет оценивать требования рынка труда и предложения образовательных услуг для определения собственной стратегии профессионального развития
	Владеет способностью определять стратегию профессионального развития с использованием инструментов непрерывного образования
УК-6.4 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом накопленного опыта саморазвития и самосовершенствования, профессионального роста, динамично изменяющихся требований рынка труда	Знает способы самоанализа и самооценки собственных сил и возможностей; стратегии личного развития; эффективные способы самообучения и критерии оценки успешности личности
	Умеет определять задачи саморазвития и профессионального роста, распределять их на долго-средне- и краткосрочные с обоснованием их актуальности и учетом динамично изменяющихся требований рынка труда
	Владеет способностью выстраивания траектории собственного профессионального роста с учетом накопленного опыта саморазвития и самосовершенствования, динамично изменяющихся требований рынка труда

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций (при наличии)	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
		ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки

	<p>обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>востребованных обществом и индустрией журналистских текстов и (или) продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p>
Общество и государство	<p>ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов</p> <p>ОПК-2.2 Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p>
Культура	<p>ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>ОПК-3.2 Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах</p>
Аудитория	<p>ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2 Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты</p>
Медиакоммуникационная система	<p>ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития</p>	<p>ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>

	медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2 Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ОПК-6.2 Адаптирует возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств к профессиональной деятельности журналиста
Эффекты	ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7.2 Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знает основные фонетические, лексические и грамматические явления изучаемого иностранного языка, позволяющие использовать его как средство личностной и профессиональной коммуникации; наиболее употребительную лексику общего языка и базовую терминологию своей профессиональной области.
	Умеет писать медиатексты на английском языке, реферировать, аннотировать и модифицировать тексты, интерпретировать информацию из различных источников
	Владеет способностью создания и переработки медиатекстов для различных коммуникативных целей в соответствии с заданной тематикой, сбора, обработки и систематизации информации
ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных обществом и индустрией журналистских текстов и (или) продуктов с учетом изменений	Знает лексику в полном объеме по определенной тематике; нарративный, описательный, убеждающий, разъяснительный типы текстов; клише для общего обзора, сравнения, оценивания, сопоставления информации и прогнозирования для создания

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	медиапродуктов различного типа
	Умеет осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности; передать на русском языке содержание англоязычных научных и публицистических текстов в сфере профессиональной деятельности
	Владеет основными коммуникативными грамматическими структурами, наиболее употребительными в устной и письменной речи; стратегией выделения, организации, анализа, переосмысления и оценки информации для создания текста
ОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов	Знает особенности современных глобальных геополитических проблем, трендов, региональных и страновых особенностей в области геополитики, систему источников информации, необходимых для подготовки материалов по теме
	Умеет комплексно анализировать политические и политэкономические события в мире, находить в этих областях взаимосвязи, закономерности и тенденции, оценивать происходящие политические события
	Владеет методиками анализа происходящих внешнеполитических и внутривнутриполитических событий с учетом географического фактора, навыками анализа полученной информации
ОПК-2.2 Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов	Знает принципы работы над материалами по проблемам актуальной политики в различных жанрах и в различных типах СМИ; современную систему коммуникаций в политике; особенности и способы взаимодействия СМИ и политических систем; базовые компетенции и специализации в политической журналистике
	Умеет с источниками информации разных уровней и видов, проводить интервью; пользоваться инструментарием журналистского расследования
	Владеет приемами популяризации информации о геополитических проблемах современного мира, методиками поиска и отбора информационных поводов для написания материалов по политической тематике; навыками планирования и организации собственной работы над материалами
ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса	Знает общие закономерности исторического развития отечественной литературы второй половины 1980-х гг. – начала XXI вв. в социально-политическом контексте, во взаимодействии художественной словесности с другими видами искусства и с отечественной литературной прессой, зарубежной литературой
	Умеет ориентироваться в тенденциях отечественного и

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	мирового культурного процесса на профессиональном уровне
	Владеет информацией о литературно-художественной реальности конца XX – начала XXI в.в., системным представлением о функционировании литературы в современных социально-коммуникативных условиях,
ОПК-3.2 Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах	Знает проблемно-тематические направления и творчески-эстетические тенденции литературы, ее значимых представителей, их общественно-литературные позиции и произведения
	Умеет применять полученные знания в практической деятельности как в прямом виде (для анализа и оценки литературных произведений, освещения литературных событий в рамках профессиональной деятельности), так и в опосредованном (использование литературных знаний в различных видах медийной и научно-исследовательской деятельности)
	Владеет современным литературным языком в его разнообразии и богатстве
ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	Знает специфику аудитории СМИ, имеет представление о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знает методы изучения аудитории
	Умеет определять предпочтения аудитории в информационных, развлекательных и коммуникационных медиапродуктах
	Владеет навыками маркетинговых исследований спроса и предложений на медиапродукты
ОПК-4.2 Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты	Знает условия, требования к профессиональной деятельности, психологические особенности и специфику общения медиакоммуникатора с аудиторией; приемы использования вербальных и невербальных техник психологического воздействия на массовую аудиторию
	Умеет анализировать потребности общества в медиапродуктах и аудиторные тренды в целях прогнозирования развития медиасистем
	Владеет приемами адаптации информации для передачи по конкретному каналу коммуникации. - основными методами психологического воздействия в массовой коммуникации; навыками использования традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области медиакоммуникаций, навыками психологического исследования массовых коммуникаций
ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем	Знает основные этапы развития научной мысли в сфере истории и теории медиа; современные медиасистемы, их структуру, специфику российской и зарубежной моделей СМИ
	Умеет демонстрировать углубленные знания современных медиасистем, их структуры, специфики

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
на глобальном, национальном и региональном уровнях	русской и зарубежной моделей СМИ
	Владеет навыками анализа истории медиа как истории способов трансляции, консервации и интерпретации сообщений (истории коммуникативных практик и взаимодействий)
ОПК-5.2 Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакommunikationной системы	Знает специфику русских и зарубежных национальных моделей СМИ; структуру медиасистемы
	Умеет пользоваться методами анализа условий конкретной медиакommunikationной системы, обобщать и использовать профессиональный опыт лучших региональных журналистов, в целях совершенствования профессионального мастерства, применять теоретические, правовые, технические знания о тенденциях в сфере медиа к изучению современных СМИ
	Владеет навыками применения углубленных знаний современных медиасистем, их структуры, специфики русской и зарубежной моделей СМИ в своей профессиональной деятельности, при создании собственных авторских проектов.
ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	Знает основные тенденции развития дизайна печатных СМИ; основы технологии производства печатных периодических изданий; телевизионных и радиопрограмм; основные этапы развития полиграфии
	Умеет анализировать оформление издания в целом, выбирать в зависимости от задач подходящий формат и носитель для использования и хранения текстовой и графической информации, определять оптимальный способ печати в зависимости от издания
	Владеет навыком анализа печатных периодических изданий и аудиовизуального контента вещательных СМИ с точки зрения используемых технологий
ОПК-6.2 Адаптирует возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств к профессиональной деятельности журналиста	Знает техники фиксации видео и звука; специфические, природные черты радиовещания и телевидения; их место в системе средств массовой коммуникации; технологические возможности современного журналиста вещательных СМИ
	Умеет адекватно оценивать роль технологической составляющей при планировании журналистской деятельности по производству аудиовизуального контента
	Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современных медиатехнологий, цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения (различных технологических платформ для создания медиапродуктов)
ОПК-7.1 Знает закономерности формирования эффектов и	Знает состояние и тенденции развития основных компонентов профессиональной деятельности

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	современного журналиста: миссии и профессионального долга, внешних и внутренних условий их реализации, основ творческого процесса, назначения и структуры медиаконтента, современных методов деятельности, обеспечения достоверности информации, нравственных основ профессии
	Умеет создавать и продвигать конкурентоспособные концепции медиаконтента современных СМИ с использованием современных содержательных моделей и жанров повышенной сложности
	Владеет классическими и современными методами получения и проверки информации, приемами работы с «умными сервисами», навыками создания и реализации проектов в сфере журналистики в условиях командной работы
ОПК-7.2 Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста	Знает принципы профессиональной деятельности журналиста, правовые и этические нормы, регулирующие функционирование СМИ в России, права и обязанности журналиста в работе
	Умеет уметь анализировать и использовать профессиональный опыт лучших отечественных журналистов в целях совершенствования профессионального мастерства
	Владеет основами подготовки текстов в жанрах повышенной сложности, развернутыми представлениями о профессионально правильном поведении на всех этапах творческого процесса

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Научно-исследовательский	ПК-1 Способен проводить научное исследование в сфере журналистики и медиа на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики	ПК-1.1 Знает основные направления и школы научных исследований в сфере журналистики и медиа
		ПК-1.2 Определяет поле исследования, разрабатывает или адаптирует методологию
		ПК-1.3 Собирает и анализирует информацию, применяя избранную методику, и формулирует полученные результаты
		ПК-1.4 Формирует научный текст в соответствии с академическими правилами и форматами
Организационно-управленческий	ПК-2 Способен организовать работу и	ПК-2.1 Планирует деятельность предприятия (подразделения) на

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	руководить предприятием (подразделением) в современной медиаиндустрии	временную перспективу
		ПК-2.2 Распределяет кадровые и финансовые ресурсы в соответствии с решаемыми задачами
		ПК-2.3 Отслеживает результаты работы предприятия (подразделения) и оценивает ее эффективность по профессиональным индикаторам
Проектно-аналитический	ПК-3 Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.1 Проводит многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере журналистики эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика
		ПК-3.2 Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач
		ПК-3.3 Составляет план действий по реализации проекта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-1.1 Знает основные направления и школы научных исследований в сфере журналистики и медиа	Знает тезаурус медиаэкономики; основные экономические подходы к СМИ; генезис концепций медиаэкономики и медиаменеджмента в исследованиях СМИ; концепции медиапредприятий; теоретические подходы к медиакомпаниям; концепции рыночной конкуренции и рыночных структур в медиаэкономике
	Умеет применять методы анализа рынков и медиаиндустрий; применять количественные и качественные методы анализа рынка и компаний в медиаэкономике
	Владеет теоретико-концептуальным аппаратом медиаэкономики
ПК-1.2 Определяет поле исследования, разрабатывает или адаптирует методологию	Знает актуальные проблемы международных медиаисследований, принципы разработки методологии, программы, методики, анализа и презентации результатов.
	Умеет обоснованно выбирать темы и направления собственной исследовательской работы с ориентацией на актуальную отечественную и глобальную научную проблематику
	Владеет технологиями выявления актуальных проблем для медиаисследований в сфере международных коммуникаций, самостоятельного их проведения,

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	разработки методологии, программы, методики, анализа и презентации результатов
ПК-1.3 Собирает и анализирует информацию, применяя избранную методику, и формулирует полученные результаты	Знает основные принципы и методики сбора и анализа информации, правила представления полученных результатов
	Умеет отбирать эффективные методы проведения исследований и оценки релевантности и достоверности полученных результатов, формировать и обосновывать методологический и методический аппарат научного исследования в области экономики и менеджмента медиа
	Владеет навыками поиска и отбора научных текстов в конкретной области научных интересов, навыками анализа различных форматов научного текста – тезисов, статей, монографий
ПК-1.4 Формирует научный текст в соответствии с академическими правилами и форматами	Знает основные общепринятые академические стандарты, правила и форматы формирования научного текста
	Умеет выделять и систематизировать основные идеи в научных текстах; критически оценивать любую поступающую информацию, вне зависимости от источника.
	Владеет навыками восприятия и анализа текстов, имеющих философское содержание, приемами ведения дискуссии и полемики, навыками письменного аргументированного изложения собственной точки зрения.
ПК-2.1 Планирует деятельность предприятия (подразделения) на временную перспективу	Знает теоретические основы и практические аспекты функционирования современной медиаиндустрии; понятие стратегии управления медиапредприятием и основы стратегического менеджмента; понятие структуры и этапов стратегического управленческого процесса
	Умеет ориентироваться в тенденциях развития современных цифровых медиа; применять методологию исследования в области стратегического менеджмента; применять классические модели стратегического анализа внешней и внутренней среды медиапредприятия
	Владеет методами и системой измерений аудитории СМИ; инструментарием разработки стратегий развития современных цифровых медиа
ПК-2.2 Распределяет кадровые и финансовые ресурсы в соответствии с решаемыми задачами	Знает движущие силы развития медиаиндустрии; место СМИ в системе маркетинговых коммуникаций рыночного общества; актуальные вопросы собственности и управления в медиабизнесе; основные концепции медиаменеджмента
	Умеет идентифицировать и оценивать ресурсы организации, определять ее слабые и сильные стороны и создавать стратегии, опирающиеся на внутренние

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	<p>сильные стороны организации и защищающие ее от внутренних слабостей</p> <p>Владеет навыками самостоятельного сбора и первичной обработки данных о состоянии персонала, имеющихся ресурсах и т.д.; методикой построения организационноуправленческих решений по формированию и реализации стратегии</p>
<p>ПК-2.3 Отслеживает результаты работы предприятия (подразделения) и оценивает ее эффективность по профессиональным индикаторам</p>	<p>Знает методы стратегического анализа внешней среды и позиционирования медиапредприятия; методы анализа микроокружения медиакомпания: методы анализа внутренней среды, определение зон конкурентного преимущества медиапредприятия; модели и этапы реализации стратегий медиапредприятий</p> <p>Умеет анализировать корпоративные, бизнес-, функциональные, конкурентные, маркетинговые стратегии медиапредприятий; анализировать направления и способы оптимизации бизнес-моделей современных цифровых мультимедийных СМИ</p> <p>Владеет основными методами анализа медиарынка, внешней и внутренней среды медиакомпания; инструментарием маркетинговых исследований</p>
<p>ПК-3.1 Проводит многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере журналистики эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика</p>	<p>Знает экономические основы функционирования современной медиаиндустрии, главные драйверы и барьеры рыночного роста, направления деятельности ключевых медиапредприятий, их базовые бизнес-модели</p> <p>Умеет анализировать актуальные сведения, характеризующие текущее состояние медиарынка, а также отдельных медиапредприятий, прогнозировать их дальнейшее развитие на краткосрочную и среднесрочную перспективу</p> <p>Владеет навыками медиапланирования, методикой построения и применения экономических моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических явлений и процессов в современном обществе, методиками маркетинговых исследований, составления бизнесплана фирмы, маркетингового контроля за результативностью проекта</p>
<p>ПК-3.2 Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач</p>	<p>Знает особенности разработки концепции медиапроекта на базе знания современных принципов функционирования медиа.</p> <p>Умеет делать самостоятельные выводы теоретического и практического характера, готовить практические решения для эффективного медиапланирования в условиях современного высококонкурентного рынка России в новой цифровой среде</p> <p>Владеет навыками разработки аналитического обоснования для медиапроектирования и медиамоделирования, общения с экспертами,</p>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	представителями различных областей деятельности, работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями.
ПК-3.3 Составляет план действий по реализации проекта	Знает методы, применяемые в проектной деятельности для осуществления коммуникационных проектов и мероприятий.
	Умеет учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей
	Владеет способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; системным комплексом знаний о существовании комплекса коммуникационного менеджмента и их роли в достижении бизнес-целей фирмы

Структура государственной итоговой аттестации

В структуру государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика входит государственный экзамен и защита выпускной квалификационной работы.

Государственный экзамен проводится по представленной программе, содержащей перечень вопросов, выносимых на экзамен и рекомендации по подготовке к экзамену, в том числе перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену.

Перед государственным экзаменом проводится консультирование обучающихся по вопросам, включенным в программу государственного экзамена.

Выпускная квалификационная работа является заключительным этапом обучения студента на соответствующей ступени высшего профессионального образования. Требования к ВКР по данному направлению подготовки содержатся в Федеральном государственном образовательном стандарте по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утвержденном приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. №529, а также локальном нормативном акте ДВФУ - Положении о государственной итоговой аттестации (приказ от 27.11.2015 г. № 12-13-2285).

Защита выпускной квалификационной работы является заключительным этапом проведения ГИА, т.е. проводится после проведения государственного экзамена. Выпускная квалификационная работа представляет собой выполненную обучающимся работу, представленную в виде выпускной магистерской работы, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Порядок подачи и рассмотрения апелляций по результатам государственных аттестационных испытаний процедуры проведения государственного аттестационного испытания и (или) испытаний

По результатам государственных испытаний обучающийся имеет право на апелляцию.

Обучающийся имеет право подать комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания и (или) о своем несогласии с результатами государственного аттестационного испытания (форма апелляционного заявления приведена в приложении 10 Положения о ГИА по ОПОП - программам бакалавриата, специалитета, магистратуры ДВФУ, принятого приказом от 27.11.2015г. № 12-13-2285).

Апелляция подается обучающимся в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего после объявления результатов государственного аттестационного испытания. Информация о месте работе апелляционной комиссии доводится до студентов в день защиты ВКР.

Для рассмотрения апелляции секретарь государственной экзаменационной комиссии направляет в апелляционную комиссию протокол заседания государственной экзаменационной комиссии, заключение председателя государственной экзаменационной комиссии о соблюдении процедурных вопросов при проведении государственного аттестационного испытания (Приложение 11 Положения о ГИА по ОПОП - программам бакалавриата, специалитета, магистратуры ДВФУ, принятого приказом от 27.11.2015г. № 12-13-2285), а также письменные ответы обучающегося (при их наличии) (для рассмотрения апелляции по проведению государственного экзамена), либо выпускную квалификационную работу, отзыв и рецензию (рецензии) (для рассмотрения апелляции по проведению защиты выпускной квалификационной работы).

Апелляция рассматривается не позднее 2 рабочих дней со дня подачи апелляции на заседании апелляционной комиссии, на которое приглашаются председатель государственной аттестационной комиссии и обучающийся, подавший апелляцию.

Решение апелляционной оформляется протоколом (Приложение 12 Положения о ГИА по ОПОП - программам бакалавриата, специалитета, магистратуры ДВФУ, принятого приказом от 27.11.2015г. № 12-13-2285) и доводится до сведения обучающегося, подавшего апелляцию, в течение 3 рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии. Факт ознакомления обучающегося, подавшего апелляцию, с решением апелляционной комиссии удостоверяется подписью обучающегося.

При рассмотрении апелляции о нарушении порядка проведения государственного аттестационного испытания апелляционная комиссия принимает одно из следующих решений:

– об отклонении апелляции, если изложенные в ней сведения о нарушениях процедуры проведения государственно итоговой аттестации

обучающегося не подтвердились и (или) не повлияли на результат государственного аттестационного испытания;

– об удовлетворении апелляции, если изложенные в ней сведения о допущенных нарушениях процедуры проведения государственной итоговой государственного аттестационного испытания подтвердились и не повлияли на результат государственного аттестационного испытания.

В случае принятия решения об удовлетворении апелляции о нарушении порядка проведения аттестационного испытания результат проведения государственного аттестационного испытания подлежит аннулированию, в связи с чем протокол о рассмотрении апелляции не позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию для реализации решения апелляционной комиссии. Обучающемуся предоставляется возможность пройти государственное аттестационное испытание в сроки, установленные университетом.

При рассмотрении апелляции о несогласии с результатами государственного аттестационного испытания комиссия выносит одно из следующих решений:

– об отклонении апелляции и сохранении результата государственного аттестационного испытания;

– об удовлетворении апелляции и выставлении иного результата государственного аттестационного испытания.

Решение апелляционной комиссии не позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию.

Решение апелляционной комиссии является основанием для аннулирования результата государственного испытания и выставления нового.

Решение апелляционной комиссии является окончательным и пересмотру не подлежит.

Повторное проведение государственного аттестационного испытания осуществляется в присутствии одного из членов апелляционной комиссии не позднее 15 июля.

Апелляция на повторное проведение государственного аттестационного испытания не принимается.

Требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения

Выпускная квалификационная работа в соответствии с ОПОП магистратуры выполняется в виде магистерской диссертации в период выполнения научно-исследовательской работы и прохождения преддипломной практики и представляет собой самостоятельное и логически завершенное исследование, связанное с решением задач тех видов деятельности, к которым готовится магистрант. Магистерская диссертация должна быть представлена в виде целостной работы. Она должна демонстрировать навыки научно-исследовательской работы студента, его знание отечественной и зарубежной литературы по выбранной теме, а также

умение изложить в тексте результаты своей работы. Магистрант должен продемонстрировать понимание смысла форм, в которых представляются результаты научного исследования, и практическое владение ими (постановка проблемы, актуальность, цель и задачи, обзор источников и литературы, продумывание логики исследования и разработка структуры для адекватного представления его результатов; умение подвести итоги, сделать определенные выводы и наметить перспективы дальнейших исследований).

Выпускная квалификационная работа является заключительным этапом обучения магистрантов в вузе и имеет своей целью систематизацию, закрепление и расширение теоретических знаний и практических навыков, полученных при изучении дисциплин, предусмотренных основной образовательной программой. Реализуются компетенции, освоенные при изучении дисциплин.

В ходе выполнения ВКР обучающийся должен показать:

- знания по избранной теме и умение проблемно излагать теоретический материал;
- умение анализировать и обобщать литературные источники, решать практические задачи, формулировать выводы и предположения;
- навыки проведения исследования.

Общие требования к ВКР:

- соответствие научного аппарата исследования и его содержания заявленной теме;
- логическое изложение материала;
- глубина исследования и полнота освещения вопросов;
- убедительность аргументации;
- краткость и точность формулировок;
- конкретность изложения результатов работы;
- доказательность выводов и обоснованность рекомендаций;
- грамотное оформление результатов исследования.

Выпускная квалификационная работа магистра представляет собой самостоятельное и логически завершённое исследование, связанное с решением задач тех видов деятельности, к которым готовится выпускник. Выпускная квалификационная работа должна быть представлена в виде целостного исследования объемом 80 – 100 страниц. Она должна демонстрировать навыки научно-исследовательской работы студента, его знание литературы по выбранной теме, а также умение изложить в тексте результаты своей работы. Магистрант должен продемонстрировать понимание смысла форм, в которых представляются результаты научного исследования, и практическое владение ими (постановка проблемы, актуальность, цель и задачи, обзор источников и литературы, продумывание логики исследования и разработка структуры для адекватного представления его результатов; умение подвести итоги, сделать определенные выводы и наметить перспективы дальнейших исследований).

Выпускнику необходимо осмысленно использовать общие методы научного исследования и разрабатывать конкретные методы для своей

работы: для сбора информации, выявления круга источников и построения источниковой базы, выявления историографии; методологии систематизации, получения той или иной информации из источников, отбора нужной информации и установления причинно-следственных связей.

Рекомендуемая структура магистерской диссертации:

Введение (со всеми элементами: постановка проблемы, актуальность, цель и задачи, обзор источников и литературы, объяснение логики исследования и обоснование структуры работы, описание методов сбора информации, выявления круга источников и построения источниковой базы, выявления историографии; методологии получения и систематизации информации, установления причинно-следственных связей и пр.);

Аналитическая часть (структурированный по 2 – 3 главам анализ поставленной проблемы);

Заключение (итоги, выводы и перспективы дальнейшего продвижения по теме или дальнейших исследований);

Список источников и литературы.

Отдельные результаты работы могут быть отражены в приложениях.

При выполнении выпускной квалификационной работы обучающиеся должны показать способность, опираясь на полученные знания, умения и навыки, а также на сформированные общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Примерная тематика магистерских диссертаций, предлагаемая студентам, может входить как в состав конкретной дисциплины, так и объединять несколько направлений из разных дисциплин. Предлагаемая тематика не ограничивает магистранта в выборе направлений и объектов исследования. Тема магистерской диссертации, предложенная как кафедрой, так и студентом, должна быть согласована с научным руководителем до ее утверждения на кафедре.

Магистерская диссертация должна быть оформлена в соответствии с требованиями к оформлению письменных работ, выполняемых студентами и слушателями ДВФУ. Оформление задания, графика выполнения ВКР, отзыва и рецензии на нее также должно соответствовать требованиям к оформлению письменных работ, выполняемых студентами и слушателями ДВФУ.

Защита выпускной квалификационной работы проводится на открытом заседании экзаменационной комиссии в соответствии со следующим порядком:

- представление студента членам комиссии секретарем ГЭК;
- сообщение студента с использованием наглядных материалов и компьютерной техники об основных результатах выпускной квалификационной работы (не более 15 минут);
- вопросы членов ГЭК и присутствующих после доклада студента;
- ответы студента на заданные вопросы;

- оглашение отзыва руководителя на ВКР;
- оглашение рецензии;
- ответы студента на замечания рецензента.

Продолжительность защиты одной выпускной квалификационной работы, как правило, не должна превышать 30 минут.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний экзаменационной комиссии.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценки результатов защиты ВКР

Оценка	Критерии оценки результатов защиты ВКР
отлично	Выпускная квалификационная работа имеет исследовательский характер, грамотно изложенную теоретическую часть, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями. При её защите магистрант показывает глубокие знания вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, владеет современными методами исследования, во время доклада использует наглядный материал, без затруднений отвечает на поставленные вопросы. Выпускная квалификационная работа имеет положительные отзывы научного руководителя и рецензента.
хорошо	Выпускная квалификационная работа имеет исследовательский характер, грамотно изложенную теоретическую часть, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами, однако с не вполне обоснованными предложениями. При её защите магистрант показывает знания вопросов темы, оперирует данными исследования, во время доклада использует наглядные пособия, без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы. Выпускная квалификационная работа имеет положительные отзывы научного руководителя и рецензента.
удовлетворительно	Выпускная квалификационная работа имеет исследовательский характер, грамотно изложенную теоретическую часть, базируется на практическом материале, но анализ выполнен поверхностно, материал изложен непоследовательно. Представлены необоснованные предложения. При её защите магистрант проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов темы, не дает полного аргументированного ответа на заданные вопросы. В отзывах научного руководителя и рецензента имеются замечания по содержанию работы и методике анализа.
неудовлетворительно	Выпускная квалификационная работа имеет отдельные элементы исследовательского характера, не полностью отвечает требованиям, изложенным в методических рекомендациях кафедры. В работе нет выводов, либо они носят декларативный характер. При защите работы магистрант затрудняется отвечать на поставленные вопросы, при ответе допускает существенные

ошибки. В отзывах научного руководителя и рецензента имеются серьезные критические замечания.

Рекомендуемая литература для подготовки к государственной итоговой аттестации

Основная литература (печатные и электронные издания)

1. Бакулев, В. А. Основы научного исследования: Учебное пособие / Бакулев В.А., Бельская Н.П., Берсенева В.С., - 2-е изд., стер. - Москва :Флинта, 2018. - 62 с.: ISBN 978-5-9765-3549-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/965983>

2. Баринаова, К.В. Траектории медийной составляющей в России: вызовы современности / К.В. Баринаова, Л.А. Васильева, Л.Ю. Григорьева. – Владивосток : Изд-во Дальневосточного федерального университета, 2020. – 154 с. <https://elib.dvfu.ru:9005/edocViewer/viewer/index.html?pid=vtls:000883768&id=SOURCE1&versionId=SOURCE1.0&title=>

3. Вартанова, Е.Л. Энциклопедия мировой индустрии СМИ. учебное пособие для вузов / Е.Л. Вартанова, А.В. Вырковский, А.А. Гладкова и др. – М.: Аспект Пресс, 2019. – 480 с. <https://www.iprbookshop.ru/96324.html>

4. Медиасистема России : учебник для студентов вузов / Е.Л. Вартанова [и др.].. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/104479.html>

5. Овчаров, А. О. Методология научного исследования : учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 304 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/357. - ISBN 978-5-16-009204-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1545403>

6. Серов Е.Н. Научно-исследовательская подготовка магистров [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.Н. Серов, С.И. Миронова. — Электрон.текстовые данные. — СПб.: Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 56 с. — 978-5-9227-0621-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66835.html>

Дополнительная литература (печатные и электронные издания)

1. Амиров В.М. Деловая журналистика : учебное пособие / Амиров В.М.. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 100 с. — ISBN 978-5-7996-0902-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/65923.html>

2. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст :

электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258>

3. Колесниченко А.В. Практическая журналистика. 15 мастер-классов : учебное пособие для студентов вузов / Колесниченко А.В.. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 111 с. — ISBN 978-5-7567-0822-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/56299.html>

4. Малышева, Е. Г. Методология и методы медиаисследований : учебное пособие / Е. Г. Малышева, О. С. Рогалева. — Омск : ОмГУ, 2017. — 132 с. — ISBN 978-5-7779-2082-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/101794>

5. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, А. В. Вырковский [и др.] ; под. ред. Е.Л. Вартановой. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2021. - 424 с. - ISBN 978-5-7567-1103-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241353>

6. Шарков, Ф. И. Правовые основы коммуникации: в рекламе, связях с общественностью, журналистике : учебное пособие / Ф. И. Шарков, В. И. Захарова. — Москва : , 2016. — 224 с. — ISBN 978-5-392-19922-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/150039>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY проект РФФИ www.elibrary.ru
2. Правовая информационная система <http://www.consultant.ru>
3. Российский портал открытого образования <http://window.edu.ru>
4. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>

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

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК



«21» декабря 2021 г.

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА
(междисциплинарного)
по направлению подготовки
42.04.02 Журналистика
магистерская программа «Теория и экономика цифровых медиа»**

Владивосток
2021

I. Требования к процедуре проведения государственного экзамена

Государственный экзамен представляет собой профессионально ориентированный междисциплинарный экзамен по направлению 42.04.02 Журналистика, который устанавливает соответствие подготовленности выпускника требованиям ФГОС.

Программа государственного экзамена составлена с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. №529.

Целью государственного экзамена является проверка полученных студентом общенаучных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знания базовых разделов теологии, понимания научных задач и проблем в области профессиональной деятельности. Программа государственного экзамена построена по комплексному принципу. На государственном экзамене выпускник должен показать:

- знание системы современного научного знания и места в ней журналистики;
- понимание предмета журналистики и цифровых медиа, её метода и внутренней структуры; знакомство с историей её развития;
- знакомство с литературой, соответствующей тематике направления, умение её анализировать и использовать;
- умение соотносить современные проблемы журналистики и цифровых медиа с проблематикой предшествующих периодов развития этой области;
- владение навыками теоретического анализа и аргументированного решения дискуссионных вопросов, возникающих в межкультурном, междисциплинарном диалоге;
- знание концептуальных оснований и понятийно-терминологического аппарата медиасферы;
- знание основных принципов, форм и способов эффективной коммуникации;
- знание типов, принципов и правил составления деловой документации для профессиональных целей в журналистской деятельности на русском и иностранном языках;
- знание лингвоэтических норм языка, стратегии гармонизации коммуникации при создании медиатекста;
- знание особенностей всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;
- знание основных теоретических концепций функционирования массовой коммуникации в современном обществе, трендов трансформации медиасистем и ее составляющих (прежде всего, аудитории);
- знание методологии и методики изучения медиа, а также подходов к исследованию разных сторон и направлений функционирования современных медиа-организаций;

– знание специфику аудитории СМИ, роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, методов изучения аудитории;

– знание особенностей экономических, политических, социальных, антропологических и других регуляторов и факторов деятельности предприятий масс-медиа за рубежом и всей зарубежной медиаотрасли в целом;

– знание состояния и тенденций развития основных компонентов профессиональной деятельности современного журналиста: миссии и профессионального долга, внешних и внутренних условий их реализации;

– знание экономических основ функционирования современной медиаиндустрии, главных драйверов и барьеров рыночного роста, направлений деятельности ключевых медиапредприятий, их базовых бизнес-моделей.

Процедура проведения экзамена предусматривает подготовку по вопросам билета (не более 60 мин.) и ответ выпускника на вопросы билета и на вопросы, заданные членами ГЭК (не более 30 мин.).

Одновременно в аудитории может находиться не более 5 обучающихся. Во время сдачи экзамена покинуть аудиторию возможно только при разрешении председателя ГЭК.

Решения ГЭК принимаются на закрытых заседаниях простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя комиссии или его заместителя. При равном числе голосов председатель комиссии (или заменяющий его заместитель председателя комиссии) обладает правом решающего голоса.

Результаты любого вида аттестационных испытаний, включенных в итоговую государственную аттестацию, определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценке результатов сдачи государственной аттестационной комиссией учитываются следующие стороны подготовки:

- 1) понимание и степень усвоения теории;
- 2) методическая подготовка;
- 3) знание фактического материала;
- 4) знакомство с обязательной литературой и публикациями по данному курсу в отечественной и зарубежной литературе;
- 5) умение приложить теорию к практике, решить задачи и т.д.;
- 6) знакомство с историей науки;
- 7) логика, структура и стиль ответа, умение защищать предлагаемые (гипотетические) предположения.

Результаты государственных экзаменов, проводимых в устной форме, объявляются в день их проведения, после оформления в установленном порядке протоколов заседаний экзаменационных комиссий.

Обучающиеся, получившие неудовлетворительную оценку на государственном экзамене, к дальнейшему прохождению итоговых аттестационных испытаний не допускаются, и на основании протокола государственной экзаменационной комиссии, объяснительной записки такого

обучающегося (акта о невозможности получения объяснения от обучающегося) и представления администратора ОП подлежат отчислению из ДВФУ.

II. Содержание программы государственного экзамена

Вопросы, выносимые на государственный экзамен, состояются по содержанию следующих дисциплин базовой и вариативной части:

- «Теории и исследования массовой коммуникации»;
- «Актуальные концепции массмедиа»;
- «Деонтология журналистики»;
- «Профессиональная деятельность современного журналиста»;
- «Редакционный менеджмент».

Тема дисциплины является вопросом государственного экзамена.

Ниже представлены перечни тем дисциплин и их содержание.

1. Дисциплина «Теории и исследования массовой коммуникации»

№ п/п	Темы	Содержание
1	Массовая коммуникация —исследовательское пространство	Предмет курса. Цель и задачи. Теория — интегрированная сеть понятий: теория как сеть (профессиональный инструмент); теория как оптическое стекло (концентрация на одном и игнорирование другого); теория как карта (карта способов функционирования). Понятие коммуникации. Коммуникация как передача информации. Коммуникация как понимание и общение. Коммуникация как связь. Коммуникативный процесс и его основные составляющие: источник (коммуникатор), предмет коммуникации, коммуникационный текст, средства коммуникации (канал), адресат (реципиент, коммуникант, аудитория). Классификация коммуникации по типу связи: аксиальная и ретральная. Классификация по видам: прямая (непосредственная), медийная (технически опосредованная). Массовая коммуникация и её определение. Массовая коммуникация — крупномасштабное явление. Централизованная массовая коммуникация, децентрализованная массовая коммуникация, общедоступная массовая коммуникация. Концептуализация массовой коммуникации. Возникновение теорий массовой коммуникации. Особенности теорий массовой коммуникации: понятийная неоднозначность, разбросанная предметная область, открытый и доступный ландшафт для теоретизирования. Взаимодействие массовой коммуникации и общества. Типы теорий массовой коммуникации: социально-научная, нормативная, операциональная, повседневная
2	Структурно-функциональные представления о массовой коммуникации	Социология — это набор концептов (язык социологии), посредством которых можно охватить массовую коммуникацию; специфический способ видения, точка зрения, с которой осуществляется подход к массовой коммуникации; методы, процедуры и техники эмпирических исследований массовой коммуникации. Парадигмы социологического знания: структурные парадигмы; интерпретативные парадигмы; интегральные (объединительные) парадигмы. Чикагская социологическая школа: Р. Парк и Ч. Кули. У. Липпман о стереотипах. Г. Лассвелл (Лассуэл) о структуре и функции коммуникации в обществе. Структурный функционализм — парадигма исследования массовой коммуникации как самоуправляющейся и самокорректирующейся

		подсистемы, действующей в конкретных политических и институциональных условиях и выступающей средством поддержания функционирования общества. П. Лазарсфельд о функциях и дисфункциях массовой коммуникации. Социодинамика культуры А. Моля
3	Критические теории массовой коммуникации	Франкфуртская школа социальной критики: критика Просвещения как «массового обмана» (М. Хоркхаймер и Т. Адорно), критика «одномерного мышления» (Г. Маркузе). Философские основания критики «технического мышления» и «безличности» технократического общества (М. Хайдеггер). Развитие критической традиции в концепции «символического интеракционизма». Критика «общества позднего капитализма» и «коммуникативная рациональность» как «модель делиберативной демократии». Кризис легитимности: институты и жизненный мир. Понятие «общественности» и публичной сферы (Ю. Хабермас). Кризис массовой коммуникации с позиций феминизма (М. Кантор, Л. Лазер-Смит)
4	Концепция публичной сферы и электронная демократия	Публичная сфера как пространство медиации между государством и гражданами. Ю. Хабермас об археологии публичности. Возникновение и история становления публичной сферы. Свободные дебаты — основной элемент публичной сферы. Публичная сфера и общественное мнение. Справедливость и истина — сущностные элементы публичной сферы. Публичная сфера и гражданское общество. Электронная (цифровая) демократия — использование информационных технологий для развития демократических институтов и расширения участия граждан в общественной, а также в политической деятельности. В узком понимании электронная демократия заключается в использовании электронной поддержки для обеспечения соответствующих конституционных прав, требующих тех или иных формальных решений. В широком смысле понятие «электронная демократия» означает учет мнений и вовлечение граждан и организаций в политические отношения и процессы. Развитие кабельного телевидения и возникновение «теледемократии». Интернет и демократические процессы в обществе. Социальные сети как инструмент представительной демократии
5	«Культурные исследования» массовой коммуникации	Два аспекта взаимовлияния массовой коммуникации и культуры: ценностное (культурное) содержание сообщений массовой коммуникации и современные коммуникационные технологии, оказывающие влияние на культуру общества. Массовая коммуникация как производство культурных смыслов. Массовая коммуникация и ценности. Быстрота трансформационных процессов, универсальность и децентрация — основные черты современного социокультурного контекста. Трансформация представлений о культуре: от элитарной и массовой к потребительской и партикулярной. Дж. Фиске, У. Эко о функционировании массовой культуры и роли массовой коммуникации в этом процессе. Британская школа культурных исследований массовой коммуникации (Р. Хоггарт, С. Холл). Теория культивации Дж. Гербнера. Мультикультурность и межкультурная коммуникация (Э. Холл, Р. Льюис, Г. Хофстеде, Ф. Тромпенаарс); культурный империализм. Современные коммуникационные технологии — культурная детерминанта. Канадская школа (Г. Иннис, М. Маклюэн, Э. Хевлок) о роли коммуникации в смене культурных эпох. Социокультурная динамика А. Моля. Р. Уильямс о технологическом детерминизме: новые технологии как условия для социальных перемен и прогресса. В. Беньямин о механизмах и следствиях «массового воспроизведения» культуры. Анализ звезд массовой культуры (Д. Бурстин)
6	Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации	Массовая коммуникация как конструирование значений. Знаки и коды. Теория знака Ч. Пирса и Ч. Морриса. Типы и особенности знаков. Структурная лингвистика Ф. де Соссюра о языке как системе. Денотация и семантический треугольник: означаемое, означающее и

		<p>знак.</p> <p>Высказывание как единица коммуникативного анализа. Нарратив и нарратология. Сюжетный структурный анализ: В. Я. Пропп. Денотация и коннотация в семиотике Р. Барта.</p> <p>Текст — смысловой результат столкновения между сообщением и получателем (Дж. Фиске). Полисемичность текста массовой коммуникации. Кодирование, декодирование, предпочтительное прочтение (С. Холл). Интертекстуальность; открытость и закрытость текста.</p> <p>Проблема текста, контекста, дискурса в постструктурализме. Трансформация концепции означающего в деконструктивизме Ж. Деррида. У. Эко об «отсутствующей структуре» как характеристике современного дискурса.</p> <p>Современная «мифология» и правила организации мифа в структурализме Р. Барта и Леви-Стросса: понятие глубинных схем и бинарных оппозиций мышления.</p> <p>Современное общество как общество «символического обмена» в философии Ж. Бодрийера: понятие симулякра.</p> <p>Особенности медиатекста. Участие аудитории в производстве медиаконтента. Современные медиа и дальнейшее развитие языка коммуникаций: эмодзи («смайлики»), смс, твиттер и проч.</p>
7	Психологические теории массовой коммуникации	<p>Ж. Бодрийер о мифах, на которых базируется манипуляционная трактовка массовой коммуникации: миф об индивидуализме и личностном выборе; миф о неизменной природе человека. Миф о нейтралитете основных социальных институтов (власти, СМИ, системы образования и науки). Миф об отсутствии социальных конфликтов (все конфликты — сугубо индивидуальные). Миф о плюрализме массовой коммуникации и об индивидуальном информационном выборе.</p> <p>Концепция манипулирования Г. Шиллера. Формы манипулирования: локализация проблемы, неотложность передачи информации.</p> <p>Способы политического манипулирования: прямая подтасовка фактов; умалчивание невыгодной информации; распространение лжи и клеветы; полуправда (освещение конкретных, незначительных деталей при одновременном умалчивании более важных фактов или общая неправдивая интерпретация событий); навешивание ярлыков в целях компрометации политиков, политических идей.</p> <p>Концепции политического манипулирования в период избирательных кампаний: определение повестки дня, направления внимания аудитории (priming) и использования стандартных форм (framing). Политические технологии</p>
8	Теория социального конструирования реальности и массовая коммуникация	<p>Общество как объективная реальность, человек — социальный продукт. Общество как результат деятельности индивидов, которые обладают знаниями в виде субъективных значений и коллективных представлений: социальная реальность конструируется конкретными субъективными значениями людей в процессе их деятельности.</p> <p>П. Бергер и Т. Лукман об основных способах конструирования реальности: хабиитуализация, т. е. опривычивание (от англ. habitual — привычный), превращение в повседневность; типизация — разделение объекты на классы (мужчина, покупатель, европеец и т. д.); институционализация, которая закрепляет типизацию; легитимация, которая необходима для передачи только что сложившихся институтов новым поколениям, для их обоснованности в глазах тех, кто не устанавливал эти институты и легко соблазнится новыми вариантами переделки общества.</p> <p>Институты массовой коммуникации как «инструменты» конструируемой реальности. Доместикация медиа и хабиитуализация. Информационный поток и типологизация. Институционализация и легитимация институтов массовой коммуникации</p>
9	Сетевая парадигма исследования общества и коммуникации	<p>Сетевое общество (М. Кастельс) — сообщество людей, жизнедеятельность которых организуется с помощью информационно-коммуникационных технологий; социальное формирование с инфраструктурой социальных сетей и медиасетей,</p>

		<p>активирующее основной способ организации людей на всех уровнях (на личном, групповом, коллективном и общественном).</p> <p>Сетевая структура общества. Формы и содержание социальных медиа. Коммуникация в сетевом обществе.</p> <p>Социальные медиа — коммуникационный дискурс. Партиципаторность социальных медиа. Социальная сеть — СМИ. Сетевая журналистика. История зарождения сетевой теории. Формирование сетевого дискурса в социологии. Анализ социальных сетей: структурное, ресурсное, нормативное, динамическое.</p> <p>Эпоха Интернета. Компьютерная футурология (Г. Саймон, Д. Сандерс)</p>
10	Медиаэкология: технократические и информационные концепты	<p>Дискуссии о перспективах коммуникативного общества Ю. Хабермаса с Ж. Лиотаром, Н. Луманном. Теория Ж. Лиотара об эпохе «заката метанарраций». Проблема «первичной общественности» и «инертного общества» в концепции коммуникации Ч. Миллса.</p> <p>М. Маклюэн о роли технологических возможностей массовой коммуникации в социальных изменениях. Коммуникация и реальность. Средства коммуникации как сообщения. Типы коммуникационной технологии и типы восприятия: «глобальная деревня» эпохи электронных СМИ. Представление о «мифологической образности» и другие характеристики современного доминирующего типа коммуникации.</p> <p>Информационная эпоха. М. Кастельс о массовой культуре как предтече информационной эпохи. Технократические концепции «информационного общества» (Д. Белл, З. Бжезинский, А. Тоффлер). «Экономика информации» Д. Белла. «Информационный вирус» и концепция человека К. Хэфнера</p>
11	Политэкономические теории медиа	<p>Социально-политический и экономический контекст анализа функционирования массовой коммуникации. Дж. Томсон о социальном контексте коммуникации: детерминированность особенностей массового коммуникационного процесса политикой и экономикой. Власть и коммуникация. Валоризация символических форм.</p> <p>Идеология — социальные ценности. Идеология — политические ценности. Концепция идеологии в работах основоположников марксизма. Действительность в идеологии. Направления исследований идеологии: структурное, генетическое, функциональное, институциональное.</p> <p>Структуралистская интерпретация идеологии. Л. Альтюссер о трех видах практик — экономической, политической, идеологической — и соответствующих уровнях общества. Их относительная автономность. Идеология по Альтюссеру как сложившийся в сознании людей образ их отношения к реальным условиям своего существования. Роль идеологии в воспроизводстве общественных отношений, идеологические государственные аппараты. «Функционирование идеологии», идеология как адресация.</p> <p>Массовая коммуникация и концепция гегемонии. Концепция гегемонии А. Грамши. Идеология по Грамши. СМИ и доминирование</p>
12	Массовая коммуникация в аспекте теории медиатизации	<p>СМИ и медиа. Медиа как проводник, язык, среда. Распространение медиа. Медиатизация — анализ взаимосвязи между изменениями медиа и коммуникаций, с одной стороны, и изменениями культуры и общества, с другой.</p> <p>Исследовательские традиции медиатизации: институциональная — тяготеет к описанию традиционных медиа с использованием понятия «медиаэкология»; социально-конструктивистский подход — фокусируется на повседневных практиках опосредованной коммуникации и их связи с изменениями коммуникативной конструкции общества и культуры; технологический — акцентирует внимание на материальных характеристиках различных медиа и их роли в производстве социального пространства.</p> <p>Массовая коммуникация и современные мегатренды: конвергенция, глобализация, коммерциализация, медиатизация.</p> <p>Диверсификация и фрагментация коммуникационной деятельности.</p>

		Концепции слияния сфер развлечения, массовой коммуникации и информационных технологий (П. Девид Маршалл, М. Деузе, Дж. Левин, Дж. Грин, Г. Дженкинс)
13	Медиаисследования: цели и проблемные поля	Уровни исследовательского анализа массовой коммуникации: социальный — теоретическая систематизация взаимосвязи общества, его институтов и массовой коммуникации; инструментальный — анализ функционирования массовой коммуникации, структурированной по различным основаниям, и оптимизация деятельности конкретных медиаструктур и медиаорганизаций. Институциональные исследования массовой коммуникации: СМИ и власть. Электоральные исследования. Аудиторные исследования. Маркетинговые исследования. Академические и индустриальные исследования. Исследовательские проекты
14	Объекты медиаисследований и их виды	Объекты изучения: коммуникатор, контент, канал, аудитория, эффекты. Методы сбора данных: опросы (массовые и экспертные, интервью и анкетирование), глубинное интервью, фокус-группа, анализ документов, наблюдение, эксперимент. Первичное и вторичное исследования. Их возможности, преимущества и ограничения. Качественные и количественные исследования. Возможности качественных исследований для сбора информации об убеждениях, мнениях и мотивах потребителей, с последующим изучением влияния этих характеристик на предпочтения и поведение потребителей. Количественные исследования — сплошные и выборочные исследования, получение статистически надежной, распространяемой на генеральную совокупность количественной информации, на основе которой описываются, объясняются и прогнозируются отношение и поведение аудитории современных медиа. Комплексные исследования. Влияние Интернета как канала и среды на методологическое и методическое оснащение медиаисследований. Исследовательский этос (Мертон): универсализм — это убеждение в том, что явления природы повсюду одинаковы и истинность утверждений не зависит от утверждающего; всеобщность предполагает, что знание является всеобщим достоянием и доступ к нему открыт для всех; бескорыстие означает, что ученый не должен использовать свои открытия для личной выгоды; организованный скептицизм — это ответственность каждого ученого за доброкачественную работу других и за предание гласности оценок работы коллег
15	Программа медиаисследования	Предварительный этап исследования проблемного поля, связанного с тематикой исследования (изучение литературы, анализ практики, общение с экспертами). Определение объекта и предмета исследования. Его теоретическая концепция. Программа исследования и ее компоненты (Ядов). Обоснование актуальности проблемы. Структурирование и описание объекта и предмета. Постановка целей и задач. Определение основных понятий. 7 задач (Батыгин): 1) составить словарь переменных; 2) определить единицы исследования и объект; 3) построить пространство признаков; 4) сформулировать гипотезы; 5) перевести концептуальные определения в операциональные; 6) разработать проект выборки; 7) составить макеты таблиц и программу анализа данных. Методы получения эмпирической информации. Её достоверность и надежность. Современные программные ресурсы для обработки эмпирических данных. Анализ и интерпретация данных. Формулирование научно и практически значимых выводов
16	Исследования	Проблематика исследования фигуры журналиста. Социальный статус,

	коммуникаторов	<p>престиж, доверие. Социально-профессиональные и ценностные ориентации. Динамика и модификация профессиональных ролей: социальная и технологическая обусловленность. Появление новых видов журналистской деятельности и профессий. Влияние индустриальных требований. Процесс депрофессионализации.</p> <p>Методы: кейс-стади, интервью с журналистами, включенное наблюдение. Новации в журналистской практике как фактор активации современных научных исследований.</p> <p>Интен-анализ (изучение целей и намерений журналиста через его тексты).</p> <p>Сравнительно-исторические и международные исследования.</p> <p>Международное сотрудничество в медиаисследованиях. Проекты Worlds of Journalism, Journalistic Role Performance Around the Globe, Journalism in Change — Professional Journalistic Cultures in Poland, Russia and Sweden и др.</p>
17	Исследования медиаконтента	<p>Медиаконтент и медиатекст как объекты изучения. Цели и задачи исследования.</p> <p>Анализ различных знаковых систем и коммуникативных ситуаций.</p> <p>Различные сегменты медиаконтента: журналистский, медиапользовательский (аудиторный), рекламный, ретрансляционный. Теория «порождения» текста. Медиаконтент как отражение интересов и позиций различных участников масс-коммуникационного процесса. Журналистский текст, его особенности.</p> <p>Подходы к изучению медиаконтента как совокупного медиатекста:</p> <ul style="list-style-type: none"> • условно «медиацентрированный» (тематика, проблематика, авторы, жанры, форматы, язык, стиль, дизайн); • социологический (отражение общественных событий, фактов, явлений, интересов, «повестка дня», дискурс, социальное представительство, герои, персонажи, ценности, образы). <p>Культурологический, социологический, политологический, лингвистический, искусствоведческий профессионально-творческий анализ и его методы.</p> <p>Текстологические методы. Качественные неформализованные литературоведческие методы. Психолингвистические методы: «анализ» мифов, мифологем, стереотипов, фреймов, образов, эмоциональных черт медиатекста. Анализ текста в контексте проблемы восприятия его аудиторией.</p> <p>Контент-анализ как формализованный, стандартизированный социологический метод. Его особенности и возможности. Категории и единицы анализа, единицы счета. Проблемы выборки. Стандартизированные и авторские программы. Полуформализованный метод: осевое кодирование. Экспертное чтение. Опросы журналистов по поводу текстов СМИ (профессиональная саморефлексия).</p> <p>Методы исследования дискурса</p>
18	Исследования каналов, среды, контекста	<p>Изучение особенностей различных каналов, видов, типов медиа.</p> <p>Понятие «медиасреда». Сущностные характеристики медиасреды: виртуальность, интерактивность, гипертекстуальность, глобальность, креативность, анонимность, мозаичность. Состав и структура медиасреды. Основные институциональные образования, содержание и определяющие факторы развития</p>
19	Исследования аудитории	<p>Социологические, культурологические, психологические, антропологические и этнологические подходы и методы к изучению аудитории СМИ.</p> <p>Проблематика изучения аудитории СМИ.</p> <p>Цели и задачи аудиторных исследований. Изучение характеристик аудитории (демографических, психографических, образа жизни, информационных потребностей и интересов, моделей информационного потребления и отношения к СМИ). Интерактивность аудитории, участие потребителей в производстве медиаконтента.</p> <p>Качественные методы (интервью, фокус-группы), количественные</p>

		(стандартизированные опросы). Маркетинговые исследования. Анализ и использование данных медиаметрических измерений в научно-исследовательских целях. Исследование бюджета времени — основного ресурса медиапотребления. Динамика бюджета времени. Его перераспределение между различными медиа. Классификация и типология аудитории в отечественных и зарубежных исследованиях. Различные аудиторные концепции
20	Исследования медиаэффектов	Методы изучения: формализованный и неформализованный анализ медиатекстов в контексте потенциальных функций. Опросы журналистов (цели, намерения) и аудитория (ожидания). Экспертные опросы. Эффекты и эффективность. Сферы проявления эффектов: сознание и поведение. Уровни их проявления: общесоциетальный, групповой, индивидуальный. Типы эффектов: социальные, психологические, организационные. Прогнозируемые и неожиданные эффекты. Критерии классификации эффектов — время и направленность. История исследований эффектов. Комплекс методов: аудиторные опросы (социологические, психологические и психолингвистические). Фокус-групповая методика. Экспериментальные методы. Текстологические методы. Семантический дифференциал
21	Индустриальные исследования	Индустриальная проблематика и методы ее изучения: анализ отраслевой статистики, данных маркетинговых исследований, в том числе медиаметрических. Медиаэкономика и реклама. Исследования видов, типов, практики в области медиаменеджмента. Изучение документов, регулирующих и регламентирующих деятельность медиапредприятий. Интервью со специалистами, медиаменеджерами, в том числе по проблеме сочетания социальной и коммерческой эффективности СМИ. Прогнозные исследования по развитию медиаотрасли. Форсайт-проекты в медиа. Методы, используемые в форсайте: экспертные панели, метод Дельфи, SWOT-анализ, мозговой штурм, построение сценария, технологические дорожные карты, деревья релевантности, анализ взаимного влияния и др. Автоматизация медиаисследований: САТИ, пиплметры, айтрекинг и др.

2. Дисциплина «Актуальные концепции массмедиа»

№ п/п	Темы	Содержание
1	Современное общество и СМИ	Массмедиа как социальный институт. СМИ, гражданское общество и публичная сфера в зарубежных странах. Свобода СМИ как принцип. Разнообразие СМИ как принцип. Концепция объективности. Информационное общество за рубежом. Трансформация роли и функций журналистов в информационном обществе. Взаимодействие СМИ с общественными и политическими институтами в зарубежных странах. Роль СМИ в формировании общественного мнения. Теории медиа и общества. Медиаобразование и медиаграмотность. Проблема цифрового неравенства
2	Актуальное состояние медиаотрасли за рубежом	Печатные СМИ за рубежом. Телевидение и радио за рубежом. Индустрия кино в зарубежных странах. Новые медиа и появление активных аудиторий. Конвергенция СМИ. Механизмы регулирования и саморегулирования СМИ в современном обществе. Массовая культура и популярная культура в странах Запада
3	Глобализация и массмедиа	Происхождение глобализации. Глобальная структура СМИ. Международные информационные потоки. Становление глобальной медиакультуры. СМИ в мультикультурном обществе. Трансформация медиасистем и медиаиндустрии под влиянием глобальных факторов (социальных, политических, экономических, культурных, технологических и т. д.). Национальная специфика

		медиаисстем в условиях глобализации. Прогнозы развития медиаиндустрии разных стран с учетом глобальных трендов и национальной специфики
4	Медиа в условиях цифровой среды и мультимедийности	Эволюция технических средств массмедиа. Новые медиа и массовая коммуникация в зарубежных странах. Отличия новых медиа от старых. Основные категории новых медиа. Коммуникация, опосредованная компьютером. Создание сообществ, опосредованных компьютером. Виртуальное сообщество. Пользовательский контент. Депрофессионализация журналистской деятельности. Появление активных аудиторий. Преимущества и недостатки цифровых технологий и виртуальной коммуникации. Новые медиа и демократия в зарубежных странах

3. Дисциплина «Деонтология журналистики»

№ п/п	Темы	Содержание
1	Введение в деонтологию журналистики. Терминология. Цели, задачи, содержание курса. Обзор литературы	История деонтологии (в медицине, юриспруденции, журналистике). Различие между обязанностью и ответственностью. Понятие о должном в профессии как основе деонтологии. Теория социальной ответственности. Проблема морального выбора. Понятие о терминах, используемых применительно к деонтологии журналистики. Обоснование целей и задач курса. Обзор учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины (литература, сетевые ресурсы)
2	Медиаправо в системе деонтологии журналистики	Понятие о массово-информационном праве как специфической подотрасли права. Источники законодательства о СМИ. Международные и отечественные правовые нормы о свободе слова, свободе массовой информации и свободе выражения мнения
3	Этические стандарты. История, развитие, современность. Кодексы в системе деонтологии журналистики	Этический стандарт как концептуальный документ профессиональной корпорации, моральные предписания поведения журналиста. Предпосылки и причины появления кодексов профессиональной этики, зафиксированные в них принципы, требования и рекомендации, их роль в формировании профессионального долга и ответственности. Документы международных профессиональных организаций и национальных информационных организаций (кодексы, хартии, декларации, резолюции, пакты, положения, меморандумы). Профессиональное самосознание журналиста и проблема выбора
4	Методы получения информации. Источники информации. Журналист и информатор: проблема ответственности	Право на доступ к информации, ее поиск, получение и распространение. Право редакции на запрос информации. Аккредитация и ее лишение при нарушении правил. Пресс-конференции. Этические ограничения при использовании методов «маска», «смена профессии», «скрытое наблюдение». Виды тайн. Ответственность за распространение секретной информации. Официальные источники информации. Проверка компетентности и объективности источника сведений, экономические, политические и иные интересы информатора. Соблюдение профессиональных этических норм при общении с информатором. Нравственная ответственность журналиста за безопасность информатора
5	Принципы и функции журналистики и учение о должном в профессии	Беспристрастность журналиста при социальной ориентации аудитории. Внимание к общественному мнению, противодействие манипулированию им. Способствование всестороннему культурному развитию читателя и повышению его образовательного уровня. Критическое отношение к рекламе при осознании, что она — основа экономики СМИ. Интеллектуальный подход к реализации рекреативной функции. Защита прав несовершеннолетних и общественной морали, утверждение роли духовных ценностей
6	Границы свободы при создании медиаконтента: ценностные ориентиры	Объективный и субъективный характер ответственности журналиста. Независимость журналиста и конфликт интересов. Защита социальных ценностей. Этический подход к редактированию материалов, соблюдение норм авторского права. Корректность при освещении конфликтов. Критический подход к статистике, использованию цитат, сенсационности, использованию слухов и домыслов, борьба с

		соблазном манипулирования. Осознанная на уровне внутренней необходимости ответственность за полноту, правдивость, достоверность и оперативность информации, готовность признать ошибки и исправить их
7	Принципы и методы саморегулирования. Саморегулирование в массмедиа.	Саморегулирование как система установленных журналистским сообществом принципов профессиональной деятельности. Основные инструменты саморегулирования: этический кодекс, совет по прессе, омбудсмен. Типология советов по прессе. Санкции, налагаемые органами саморегулирования прессы. История Большого Жюри Союза журналистов России, деятельность Общественной коллегии по жалобам на прессу. Анализ конкретных дел, разобранных зарубежными и отечественными органами саморегулирования
8	Журналист и редакционный коллектив; журналист и аудитория	Система императивов поведения журналиста. Организация деятельности редакции. Соблюдение устава, трудовые отношения. Права и обязанности журналиста. Формирование отношений с коллегами, авторами, экспертами. Конфликтные ситуации и профессиональная солидарность. Специфика служебной этики, соблюдение норм корпоративной этики, соблюдение редакционной тайны. Творческая индивидуальность и профессионально-должностные обязанности. Нравственная и профессиональная ответственность перед аудиторией (удовлетворение ее потребностей в информации, точность фактов, выверенность комментариев, доступность изложения и т. д.). Реализация деонтологических принципов в повседневной практике
9	СМИ, власть, гражданское общество	Гражданское общество и демократия, уровень доверия к СМИ. Журналистика как «четвертая власть». Влияние политических и экономических факторов на деятельность СМИ как голоса общества и критика власти. СМИ и плюрализм мнений. Свобода прессы и законодательство. Журналист и власть. Гражданская журналистика и формирование гражданского общества. Оценка новостей как проявление гражданской ответственности. Факты и комментарии, мнение журналиста и анализ событий
10	Транспарентность собственности СМИ и конфликт интересов: этика экономических отношений	Учредитель и редакционный коллектив. Реклама как один из источников дохода. Прозрачность и контролируруемость финансовых потоков
11	Основные причины судебных исков к редакциям СМИ	Понятие об иске как средстве защиты нарушенного права. Причины конфликтных ситуаций: злоупотребление свободой массовой информации и правами журналиста, распространение недостоверных сведений, вторжение в личную жизнь, клевета и оскорбление, нарушение законодательства об авторском праве, распространение порочащих сведений, введение в заблуждение. Журналист как одна из сторон в процессе. Освобождение от ответственности. Анализ конкретных судебных процессов
12	Интеллектуальные права: деонтологический аспект (служебные произведения, плагиат, рерайтинг)	Автор, произведение как объект права, исключительное право на произведение. Основания для свободного использования произведения в СМИ. Специфика правоотношений субъектов права в СМИ. Авторское право на новостное сообщение. Особенности использования служебных произведений. Интервью: правовые и этические аспекты. Виды ответственности за плагиат и иные нарушения в сфере интеллектуальных прав
13	Журналистика и Интернет	Интернет в профессии журналиста. Правовое регулирование массовой информации в Интернете. Принудительное саморегулирование. Статус СМИ в Интернете, их признаки. Статус журналиста в Интернете: правовой и этический аспекты. Блоги как вид медиа. Конвергентная журналистика и этические нормы. Правила нетикета, «Манифест сети», общественная программа «Чистый Интернет»

4. Дисциплина «Профессиональная деятельность современного журналиста»

№ п/п	Темы	Содержание
1	Общественная миссия журналиста и его профессиональные обязанности	Предмет и задачи курса. Преемственность задач и назначение дисциплины. Характеристика образовательных технологий. Миссия журналистики, общественные функции. Ценности профессии. Профессиональный долг журналиста. История профессии. Трансформация образа журналиста. Профессиональные обязанности: классические представления и их динамика в современную эпоху. Нравственные основания профессии: понятия долга, ответственности, совести, достоинства, чести. Карьера в журналистике
2	Современные условия профессиональной деятельности журналиста	Внешняя среда профессиональной деятельности. Понятия медиапространства и медиасистемы. Структура медиапространства. Типы медиасистем. Постсоветские трансформации российской медиасистемы: тенденции развития. Понятие типологии, типологические признаки. Медиаканалы, медиаплатформы. Воздействие внешних технологических условий на характер профессиональной деятельности журналиста
3	Текст и контент как основные понятия журналистики	Понятие текста и его составляющие. Медиаконтент — медиатекст — журналистский текст. Тема журналистского текста и ее компоненты: факт, ситуация, проблема. Практика: типичные ошибки. Текст в контексте других медийных понятий: содержание/ контент, повестка дня, концепция и т. д. Формирование повестки дня, гейткипинг. Повестка аудитории. Эффективность повесток: медиатранзит. Индикаторы транзита. Типология медиаконтента
4	Творческий процесс в журналистике: трансформация операционной деятельности	Условия авторского творчества в журналистике. Парадоксы творчества в журналистике. Технологии и творчество. Базовая модель деятельности. Работа над созданием текста: последовательность действий и решение задач. Жанровые разновидности журналистского поиска: новостная, аналитическая, расследовательская журналистика. Новые концепции авторской деятельности. Основные направления трансформации. «Умные сервисы» в работе журналиста. Перспективы использования систем искусственного интеллекта
5	Источники информации и современные методы работы с ними. Верификация информации	Понятие источника. Правовые, технологические, этические стандарты поиска информации. Информационные поводы. Правила работы с ньюсмейкерами. Информационная поддержка журналистов. Режимы общения. Традиционные методы работы с источниками. Современные каналы получения информации. Журналистика данных. Иммерсивная журналистика. Понятие, причины и виды недостоверной информации. Системы и способы проверки информации
6	Жанровые классификации в современной журналистике и тенденции их развития. Основные виды журналистского текста	Понятие жанра. Классические и новые жанры. Классификации жанровых систем. Новостная журналистика; новостные жанры: виды новости, малые формы заметок, репортаж, интервью. Аналитическая журналистика: общее понятие. Аналитические жанры: комментарий, статья, виды статей, интервью, портрет. Жанры и конвергенция. Креолизованный текст. Тенденции развития жанров
7	Этические основы профессиональной деятельности журналиста	Место профессиональной этики в деятельности журналиста. Право и этика. Категории морального сознания. Саморегулирование в журналистике: уровни, формы, инструменты. Этический кризис профессии. Кризис идентичности. Типология профессиональных кодексов. Российская модель саморегулирования. Информационные споры и методы их разрешения. Медиакритика как механизм саморегулирования. Основные этические принципы профессии. Правила поведения в сложных ситуациях
8	Трансформации современной журналистики под влиянием новых технологий	Особенности современной цифровой информационной среды и ее влияние на журналистику. Мультимедийность, интерактивность и гипертекстуальность как базовые характеристики современных онлайн-СМИ. Появление новых жанров и форматов в журналистике.

		Влияние разных площадок дистрибуции контента на особенности подачи информации
9	Социальные сети как инструмент в работе журналиста	Социальные сети как инструмент для поиска информации и как новый источник информации для журналиста. Алгоритм проверки информации в соцсетях. Современные кодексы в медиа и регламентация работы журналиста с соцсетями. Соцсети как новая площадка для дистрибуции журналистского контента. Формирование новых форматов (сторис, мемы и т. д.) Способы измерения эффективности
10	Мультимедийные жанры и форматы в современной журналистике	Мультимедийная журналистика как новое направление, которое сочетает в себе выразительные средства всех предыдущих форм журналистики. Принципы построения мультимедийных продуктов: модульность, манипулятивность, стратификация. Три базовых направления в мультимедийной журналистике: встроенные мультимедийные элементы, малые форматы и крупные форматы
11	Трансмедийный сторителлинг в журналистике	Понятие трансмедийного сторителлинга и его использование в практике современного журналиста. Возможности разных платформ для донесения содержания. Примеры современных трансмедийных проектов в российских и зарубежных СМИ
12	VR, AR и mixed-reality технологии в СМИ	Виртуальная реальность, дополненная реальность и смешанная реальность как новые технологические ресурсы в журналистике. Возможности использования этих технологий в журналистских материалах. Технические ограничения и этические вызовы при работе с VR, AR и mixed-reality технологиями
13	Использование искусственного интеллекта в современных медиа	Искусственный интеллект как явление современной инфосреды. Виды искусственного интеллекта и его функциональные возможности. Применение искусственного интеллекта в СМИ для создания умных лент, генерации текстов и анализа больших данных. Этические и юридические вызовы, связанные с использованием искусственного интеллекта журналистами
14	Журналистика больших данных	Понятие журналистики больших данных и его современные трактовки. Направления журналистики больших данных и примеры использования статистической информации в СМИ. Приемы работы с большими данными и новые компетенции, необходимые журналистам
15	Этические вызовы в современной журналистике	Технологизация современной журналистики и медиа. Влияние новых медиа на журналистику и возникновение в связи с этим новых этических коллизий. Изменение места СМИ в современной среде

5. Дисциплина «Редакционный менеджмент»

№ п/п	Темы	Содержание
1	Теоретические основы медиаменеджмента в условиях цифровизации	Эволюция основных теоретических подходов и актуальная парадигма менеджмента СМИ. Стратегический медиаменеджмент. Структурные и организационные теории медиаменеджмента. Трансформация редакционной деятельности в условиях дигитализации. Методологические и практические проблемы современного редакционного менеджмента
2	Структура современной редакции	Типология современных редакций массмедиа. Базовые организационные структуры редакций. Трансформация редакционных структур под влиянием конвергенции. Основные модели «конвергентных» редакций
3	Товарно-продуктовые характеристики медиатекста	Ключевые рынки, на которых функционируют массмедиа. Товарно-продуктовая специфика медиатекста. Дискретность медиатекста и ее уровни. Имманентная незавершенность, амбивалентность презентации, диахроничность, асистемность медиатекста как его основные особенности. Влияние товарно-продуктовой специфики медиатекста на производственный процесс
4	Взаимодействие аудитории и медиатекста	Аудитория как потребитель журналистских текстов. Ключевые характеристики аудитории и методы их изучения. Базовые этапы

		взаимодействия потребителя и текста. Факторы влияния на потребительские предпочтения аудитории. Особенности распределения внимания по разным видам медиатекстов. Качество журналистских текстов как фактор редакционного менеджмента; «редакционное» и «аудиторное» понимание качества. Эффективность деятельности редакции: подходы и концепции
5	Процесс создания редакционного продукта	Ключевые принципы операционного/ процессного управления работой редакции СМИ. Принципиальная схема работы редакции. Основные рабочие процессы. Декомпозиция редакционных процессов как ключевой инструмент процессного менеджмента. Типовая структура процесса создания медиатекста. Характеристика ключевых операций в работе журналиста. Система инструментов менеджмента редакционных процессов. Уровень трудозатрат на редакционные процессы. Отношение журналистов к различным процессам
6	Компетенции и личные качества сотрудников редакции	Управление журналистским трудом как творческой и индустриальной деятельностью. Базовые подходы к управлению творчеством. Основные компетенции и личные качества журналистов, востребованные современными редакциями. Особенности компетентностного подхода в медиаменеджменте. Управленческий инструментарий в работе с компетенциями и личными качествами сотрудников массмедиа
7	Мотивация сотрудников массмедиа	Мотивационные аспекты редакционного менеджмента. Специфика мотивационной структуры сотрудников редакции. Основные факторы мотивации российских журналистов. «Материальный» и «нематериальный» блоки мотивации. Способы изучения мотивации журналистов. Управленческий инструментарий в работе с мотивацией сотрудников редакций. Взаимосвязь характеристик личности журналистов. Удовлетворенность и усталость журналистов
8	Лидерство и организационная культура в массмедиа	Лидерство и организационная культура как факторы редакционного менеджмента. Типовые модели стилей управления в массмедиа. Авторитарное и демократичное руководство. Руководство, сосредоточенное на работе/ задачах и руководство, сосредоточенное на человеке/ сотруднике. Транзакционный и трансформационный стили управления. Наиболее важные процессы в работе руководителя редакции. Компетенции и личные качества менеджеров. Новые задачи медиаменеджмента в условиях конвергенции. Уровни проявления организационной культуры в редакции. Влияние редакционной культуры на эффективность управленческого инструментария

III. Перечень вопросов государственного экзамена по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, магистерская программа «Теория и экономика цифровых медиа»

1. Массовая коммуникация – исследовательское пространство
2. Структурно-функциональные представления о массовой коммуникации
3. Критические теории массовой коммуникации
4. Концепция публичной сферы и электронная демократия
5. «Культурные исследования» массовой коммуникации
6. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации
7. Психологические теории массовой коммуникации

8. Теория социального конструирования реальности и массовая коммуникация
9. Сетевая парадигма исследования общества и коммуникации
10. Медиаэкология: технократические и информационные концепты
11. Политэкономические теории медиа
12. Массовая коммуникация в аспекте теории медиатизации
13. Медиаисследования: цели и проблемные поля
14. Объекты медиаисследований и их виды
15. Программа медиаисследования
16. Исследования коммуникаторов
17. Исследования медиаконтента
18. Исследования каналов, среды, контекста
19. Исследования аудитории
20. Исследования медиаэффектов
21. Индустриальные исследования
22. Современное общество и СМИ
23. Актуальное состояние медиаотрасли за рубежом
24. Глобализация и массмедиа
25. Медиа в условиях цифровой среды и мультимедийности
26. Деонтология журналистики. Терминология, теоретические подходы к понятию.
27. Медиаправо в системе деонтологии журналистики
28. Этические стандарты. История, развитие, современность. Кодексы в системе деонтологии журналистики
29. Методы получения информации. Источники информации. Журналист и информатор: проблема ответственности
30. Принципы и функции журналистики и учение о должном в профессии
31. Границы свободы при создании медиаконтента: ценностные ориентиры
32. Принципы и методы саморегулирования. Саморегулирование в массмедиа.
33. Журналист и редакционный коллектив; журналист и аудитория
34. СМИ, власть, гражданское общество
35. Транспарентность собственности СМИ и конфликт интересов: этика экономических отношений
36. Основные причины судебных исков к редакциям СМИ
37. Интеллектуальные права: деонтологический аспект (служебные произведения, плагиат, рерайтинг)
38. Журналистика и Интернет
39. Общественная миссия журналиста и его профессиональные обязанности
40. Современные условия профессиональной деятельности журналиста
41. Текст и контент как основные понятия журналистики

42. Творческий процесс в журналистике: трансформация операционной деятельности
43. Источники информации и современные методы работы с ними. Верификация информации
44. Жанровые классификации в современной журналистике и тенденции их развития. Основные виды журналистского текста
45. Этические основы профессиональной деятельности журналиста
46. Трансформации современной журналистики под влиянием новых технологий
47. Социальные сети как инструмент в работе журналиста
48. Мультимедийные жанры и форматы в современной журналистике
49. Трансмедийный сторителлинг в журналистике
50. VR, AR и mixed-reality технологии в СМИ
51. Использование искусственного интеллекта в современных медиа
52. Журналистика больших данных
53. Этические вызовы в современной журналистике
54. Теоретические основы медиаменеджмента в условиях цифровизации
55. Структура современной редакции
56. Товарно-продуктовые характеристики медиатекста
57. Взаимодействие аудитории и медиатекста
58. Процесс создания редакционного продукта
59. Компетенции и личные качества сотрудников редакции
60. Мотивация сотрудников массмедиа
61. Лидерство и организационная культура в массмедиа

IV. Рекомендуемая литература и информационно-методическое обеспечение (электронные и печатные источники)

Основная литература

1. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учеб. пособие для студентов вузов / Г.П. Бакулев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 192 с. - ISBN 978-5-7567-0795-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1038937>
2. Бессонов, С. И. Экономика и менеджмент СМИ: специализация и профилизация в журналистике: Учебное пособие / Бессонов С.И., - 2-е изд., стер. - Москва :Флинта, 2018. - 123 с.: ISBN 978-5-9765-3562-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/966434>
3. Донских А.Г. Журналистика и новейшие медиа в аспекте права, деонтологии и медиаобразования. Новые реалии : монография / Донских А.Г.. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. — 121 с. — ISBN 978-5-9275-3522-4. — Текст :

электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/107944.html>

4. Журналистика в информационном поле современной России : должное и реальное : монография / О. А. Дмитриева, А. В. Колесниченко, Д. Ю. Кульчицкая [и др.] ; под. ред. Г. В. Лазутиной. - Москва : Аспект Пресс, 2019. - 176 с. - ISBN 978-5-7567-1014-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241363>

5. Кастельс, М. Власть коммуникации : монография / М. Кастельс ; пер. с англ. Н. М. Тылевич, А. А. Архиповой ; под науч. ред. А. И. Черных ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 3-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 594 с. - (Переводные учебники ВШЭ). - ISBN 978-5-7598-2029-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209260>

6. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258>

7. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста : учебник / Лазутина Г.В.. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 240 с. — ISBN 978-5-7567-0306-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/8845.html>

8. Марков, А. А. Теория и практика массовой информации : учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М. : ИНФРА-М, 2018. - 252 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - www.dx.doi.org/10.12737/2047. - ISBN 978-5-16-006505-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/944408>

9. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, А. В. Вырковский [и др.] ; под. ред. Е.Л. Вартановой. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2021. - 424 с. - ISBN 978-5-7567-1103-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241353>

10. Распопова С.С. Основы журналистской деятельности : учебник / Распопова С.С.. — Москва : Аспект Пресс, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-7567-0892-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87972.html>

11. Панкеев, И. А. Правовое регулирование СМИ : учебное пособие для студентов вузов / И. А. Панкеев. - Москва : ООО Издательство «Аспект Пресс», 2019. - 376 с. - ISBN 978-5-7567-1010-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241373>

12. Российская журналистика сегодня: социальная миссия и профессиональное мастерство : монография / И.В. Фотиева, Т.А. Семилет, Е.В. Лукашевич, В.В. Витвинчук ; под ред. И.В. Фотиевой. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 256 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1044192. -

ISBN 978-5-16-015637-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1238780>

13. Социология массовых коммуникаций. Ч.1 : учебное пособие / . — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 180 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/102967.html>

14. Тавокин, Е. П. Массовая коммуникация как научная категория : материалы методологического семинара / отв. ред. Е. П. Тавокин. - Москва : Изд-во РАГС, 2005. - 284 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/417707>

15. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150923>

16. Энциклопедия мировой индустрии СМИ : учебное пособие / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, А. А. Гладкова [и др.] ; под. ред. Е. Л. Вартановой. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2019. - 480 с. - ISBN 978-5-7567-1059-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241355>

Дополнительная литература

1. Амиров В.М. Деловая журналистика : учебное пособие / Амиров В.М.. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 100 с. — ISBN 978-5-7996-0902-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/65923.html>

2. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации : учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2018. - 336 с. (Бакалавриат). - ISBN 978-5-98281-338-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/913327>

3. Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации : учебное пособие / Доброзракова Г.А.. — Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

4. Журналистика. Общество. Ценности : коллективная монография / Г.В. Жирков [и др.]. — Санкт-Петербург : Петрополис, 2012. — 448 с. — ISBN 978-5-9676-460-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/20315.html>

5. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин [и др.]. — Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016. — 304 с. — ISBN 978-5-7525-3084-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75003.html>

6. Колесниченко А.В. Практическая журналистика : учебное пособие / Колесниченко А.В.. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010. — 192 с. — ISBN 978-5-211-05510-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/13304.html>

7. Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста : учебник для студентов вузов / Г.В. Лазутина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2011. — 224 с. - ISBN 978-5-7567-0612-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1038990>

8. Панкеев, И. А. Правовое регулирование СМИ : учебное пособие для студентов вузов / И. А. Панкеев. - Москва : ООО Издательство «Аспект Пресс», 2019. - 376 с. - ISBN 978-5-7567-1010-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241373>

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

10. Яковлев, Г. А. Коммерция в средствах массовой информации : учебное пособие / Г. А. Яковлев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 143 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-013505-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222614>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

5. Научная электронная библиотека eLIBRARY проект РФФИ
www.elibrary.ru

6. Правовая информационная система <http://www.consultant.ru>

7. Российский портал открытого образования <http://window.edu.ru>

8. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>