Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и управление в гостиничном бизнесе и туризме

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

Оценочные материалы
по дисциплине
Теория и практика массовой информации

Москва
2023

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» Сведения о владельце ЦЭП МЭИ Владелец: Телегина И.Л. Идентификатор: Rde166e8d-TeleginaIL-6e52162c	И.Л. Телегина
(должность)	(подпись)	(расшифровка подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» Сведения о владельце ЦЭП МЭИ Владелец: Жохова П.Е. Идентификатор: R5c95669a-ZhokhovaPY-06a87af4	П.Е. Жохова
(должность, ученая степень, ученое звание)	(подпись)	(расшифровка подписи)
Заведующий выпускающей кафедры	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» Сведения о владельце ЦЭП МЭИ Владелец: Гаврилова Ю.В. Идентификатор: R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5	Ю.В. Гаврилова
(должность, ученая степень, ученое звание)	(подпись)	(расшифровка подписи)

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ИД-3 Демонстрирует умения по составлению корректных ответов на запросы общественности, поступающие в коммерческие и некоммерческие организации, а также в органы власти с учетом специфики их деятельности

2. ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ИД-1 Демонстрирует знания информационно-коммуникационных технологий, используемых в PR-деятельности

3. ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ИД-2 Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Письменная работа

1. Массовая информация и ее роль в современном мире. PR и массовая информация (Реферат)
2. Средства массовой коммуникации и СМИ. Типология и система современных СМИ (Контрольная работа)
3. ТВ (Контрольная работа)
4. Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ (Контрольная работа)

Форма реализации: Проверка задания

1. История журналистики (Контрольная работа)
2. Печатные СМИ (Контрольная работа)

БРС дисциплины

3 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5	КМ-6
	Срок КМ:	8	12	14	16	17
Массовая информация и ее роль в современном мире						

Информационное общество и место и роль СМИ в нём					+
Средства массовой коммуникации и СМИ				+	
Правовые аспекты регулирования деятельности СМИ				+	+
Современные медиа в системе социальных институтов				+	+
Возникновение и развитие СМИ. СМИ на современном этапе					
История журналистики					+
Типология и система современных СМИ.					+
Современные зарубежные СМИ: общая характеристика					+
Виды СМИ - характеристика, специфика и потенциал взаимодействия с рекламной и PR-деятельностью. Современные средства массовой информации в РФ. Технические средства массовой коммуникации.					
Печатные СМИ	+	+	+	+	+
Радио	+			+	+
Телевидение	+			+	+
Онлайн-средства журналистики	+			+	+
Технологии профессиональной коммуникации журналиста и PR- и рекламного специалиста					
Беседа с ньюсмейкером: формирование практических навыков		+			+
Публичное выступление в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика.			+		+
Слухи в массовой коммуникации, использование слухов в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика					+
Чёрный PR в масс-медиа	+				+
Переговоры в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика.			+		+
Словесная атака и её отражение в работе журналиста, PR-специалиста, рекламщика. Правила, примеры.			+		+
Вес КМ:	15	20	20	20	25

4 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-3	КМ-4	КМ-5	КМ-6
	Срок КМ:	4	12	14	16	17
Психологические аспекты функционирования СМИ						
Нейромаркетинг и масс-медиа		+				+

Нейроэкономика и журналистика.	+				+
Психологические аспекты информационной безопасности функционирования СМИ как СМК					+
Этические аспекты регулирования деятельности СМИ					
Профессионально-этические правила и нормы			+		+
Экономика СМИ					
Средства массовой информации и рынок. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции. Виды СМИ по источникам финансирования					+
Процессы на медиарынке в условиях трансформации глобального социального пространства.				+	+
Организация распространения продукции СМИ					
Проблема авторского права применительно к журналистскому контенту		+			+
Социокультурные, социально-психологические, этические, организационно-творческие аспекты распространения продукции СМИ					+
Специфика организации распространения продукции СМИ в Интернете: законодательная база					+
Вес КМ:	15	20	20	20	25

$Общая часть/Для промежуточной аттестации$

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ОПК-4	ИД-З$_{ОПК-4}$ Демонстрирует умения по составлению корректных ответов на запросы общественности, поступающие в коммерческие и некоммерческие организации, а также в органы власти с учетом специфики их деятельности	Знать: историю появления и развития массовой информации, требования к ней, основные отличительные черты, специфику основных медианосителей (включая некоторые технические моменты) об отдельных механизмах производства теле- и радио-передач, компонентах теле- и радиопередач и их жанрах, специфике и системе жанров печатных масс-медиа Уметь: логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2) проводить исследования содержания сообщений	Печатные СМИ (Контрольная работа) ТВ (Контрольная работа) Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ (Контрольная работа)

		массовой коммуникации и владеть навыками анализа сообщений (ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-9, ПК-14)	
ОПК-6	ИД-1$_{ОПК-6}$ Демонстрирует знания информационно-коммуникационных технологий, используемых в PR-деятельности	Знать: о развитии прессы, становлении отечественного радио- и телевещания, основных этапах развитии журналистики, о теоретических и практических аспектах журналистской деятельности; о современных СМИ и их типологиях; об основных процессах и тенденциях на российском рынке периодической печати, радио, телевидения, Интернете правила создания основных жанров публицистических текстов в различных видах СМИ приемы, методы и правила написания журналистских текстов разной тематики и направленности Уметь: производить литературное редактирование,	Средства массовой коммуникации и СМИ. Типология и система современных СМИ (Контрольная работа) История журналистики (Контрольная работа) Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ (Контрольная работа)

		копирайтинг (ПК-6) общаться, устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9) создавать информационные, информационно-аналитические, аналитические и художественно-публицистические произведения в повседневной деятельности специалиста по связям с общественностью применительно к определённым PR-ситуациям и задачам (ПК-7)	

		пользоваться традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности (ПК-5, ПК-9, ПК-14);	
ОПК-7	ИД-2$_{ОПК-7}$ Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности	Знать: правила оценки качества журналистских текстов и продукции других видов СМИ особенности современной системы СМИ и других традиционных каналов проведения коммуникационных кампаний и мероприятий владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5) Уметь: учитывать и использовать особенности современной системы СМИ и других традиционных каналов проведения коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).	Массовая информация и ее роль в современном мире. PR и массовая информация (Реферат) Печатные СМИ (Контрольная работа) ТВ (Контрольная работа) Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ (Контрольная работа)

		умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14) создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы	

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

3 семестр

КМ-2. Средства массовой коммуникации и СМИ. Типология и система современных СМИ

Формы реализации: Письменная работа
Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа
Вес контрольного мероприятия в БРС: 15
Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают темы выполнения частей задания и рекомендуемые источники информации

Краткое содержание задания:

1. Письменная работа 1
2. 1. Коммуникативное пространство в массовых коммуникациях

1. Охарактеризуйте коммуникативное пространство социальной сети Youtube.com с точки зрения его как:
А) **альтернативной коммуникативной среды;**
Б) среды функционирования коммуникации через **два основных канала**: **вербальный** и **визуальный;**

2. Впишите по 2 примера канала на Youtube или видео из этой сети с миллионными просмотрами, которые можно охарактеризовать как **инновационные** или **инерционные системы**.

	инерционные системы	инновационные системы
отношение ко времени	более важен взгляд в прошлое	профессионально заняты будущим
оценка будущего	будущее - это вновь повторяющееся прошлое	будущее возникает впервые
тип лидера	"аксакал" (лидер старых норм)	креативная личность, которой приходится прощать экстравагантности
тип аргументов	значимо то, что уже было (например, "возврат к ленинским традициям)	значимо новое

3. Приведите по 1-2 примера видео с Youtube.com, где отражены **первичные ил**и **вторичными коммуникативными процессами**.
(Первичные – сама коммуникация. Вторичные (или послекоммуникативные) процессы связаны с обсуждением и распространением информации, впервые полученной по первичному процессу).

2. Контрольная работа 2.

1. Изучите следующий текст о влиянии массовой информации на общество.

Вероятно, наиболее распространенным подходом к социально-этическим сторонам функционирования СМИ в обществе является изучение последствий воздействия массовой коммуникации. Этические, юридические и прочие ограничения в отношении СМИ связаны, в основном, именно с этими последствиями, характер которых может принимать различные формы.
Наиболее упрощенной формой модели влияния является теория унифицированных последствий. Согласно этой теории, люди в современном обществе воспринимают сообщения СМИ одинаковым образом, и последние вызывают у них интенсивные и очень схожие реакции. То есть сообщения СМИ - это некое волшебное средство, пронизывающее сознание населения. Подобная модель использовалась после Первой мировой войны для описания пропагандистских эффектов.
Лассуэлл сравнил СМИ со «шприцем для подкожных впрыскиваний» (имея в виду, что зрителям навязывают какое-то сообщение сомнительного характера, которое пробуждает в них все самое худшее). Гипотеза о том, что поставщики массовой информации управляют нашими порочными мыслями и могут заставить любого человека в пассивном и беспомощном обществе действовать схожим образом, более не принимается всерьез исследователями массовой коммуникации, но по-прежнему скрыто поддерживается некоторыми оголтелыми критиками СМИ, обвиняющими масс-медиа в большинстве социальных зол. Люди воспринимают одно и то же сообщение по-разному и реагируют на него различным образом. Например, после просмотра телевизионной программы с элементами насилия зрители не повалят на улицу и не начнут причинять увечья окружающим, но такая программа может подкрепить насильственные тенденции, уже существующие у небольшой части зрителей, и слегка притупить чувствительность у многих других. Некоторые позитивные или негативные аспекты телевидения способны повлиять скорее на отклоняющихся от нормы, чем на здоровых детей.
Значительная часть усилий в исследованиях этого типа направляется на выявление других взаимодействующих между собой переменных, которые усиливают или уменьшают подобные эффекты. Эти переменные могут иметь демографический характер, позволяя отнести индивидуумов к определенным категориям, или же они могут быть связаны с содержанием сообщения или условиями, в которых его принимают. Тот факт, что эти эффекты не являются единообразными, не снижает их значимости. К примеру, даже если какая-то телепрограмма оказывает определенное воздействие всего лишь на 0,1 % зрителей, но при этом ее аудитория составляет 40 миллионов человек, то это влияние распространится на 4 тысячи зрителей!
Определяя последствия воздействия СМИ, мы должны также постоянно помнить о совокупном (кумулятивном) эффекте. Большинство сообщений или образов, появляющихся в СМИ, мы видим или слышим десятки, если не сотни и тысячи раз. Хотя такое продолжительное воздействие трудно имитировать в лабораторных условиях и проконтролировать в ходе полевых экспериментов, имеются методы, позволяющие его исследовать.
*Существует **четыре** основных **класса** поддающихся оценкам последствий.*
Вероятно, поведенческие последствия - это тот тип эффектов воздействия СМИ, о котором большинство людей вспоминает прежде всего. В этом случае человек совершает некоторые действия, например, проявляет насилие, покупает какой-то товар, голосует на выборах или смеется над комедийным эпизодом, после того как он видит, что кто-то ведет себя аналогичным образом. Хотя в концептуальном отношении поведение может представлять собой наиболее зримый тип последствий, его зачастую бывает очень трудно измерить; еще сложнее со всей определенностью показать, что его причиной является воздействие СМИ. К примеру, мы можем знать,

что какой-то человек посмотрел определенный рекламный ролик, и проверить, купил ли он рекламируемый товар, но очень сложно продемонстрировать, что он купил этот товар потому, что увидел рекламу, а не по каким-то иным посторонним причинам. Или, например, когда подросток устраивает в школе стрельбу, увидев незадолго до этого похожую сцену в фильме, очень трудно, как с правовой, так и с научной точки зрения, установить причинно-следственную связь между просмотром фильма и последующими трагическими событиями.

Установочные последствия. Второй класс последствий воздействия СМИ связан с установками людей. Например, посмотрев рекламу, вы можете стать более высокого мнения о каком-то товаре или политическом кандидате; приведет ли эта установка к фактической покупке или конкретным действиям во время голосования, уже другой вопрос. К примеру, американцы и японцы, посмотревшие фильм Roger and me («Роджер и я»), демонстрировали более негативное отношение к компании «Дженерал моторс» и американскому бизнесу в целом, но это не сказалось заметным образом на покупке ими автомобилей.

Хотя установки включают в себя интеллектуальный компонент, или компонент доверия (например, обоснование того, почему вы предпочитаете программу одного кандидата программе другого), значительная часть психологической динамики в установках носит эмоциональный характер (например, большая симпатия к одному кандидату по сравнению с другим). Иногда интеллектуальный и эмоциональный компоненты могут приходить в противоречие друг с другом, как это произошло в 1984 году, когда почти все американские избиратели не соглашались с позицией президента Рональда Рейгана по многим важнейшим вопросам, но переизбрали его абсолютным большинством голосов, поскольку симпатизировали и доверяли ему.

Позитивные чувства по отношению к товарам и кандидатам можно внушить с помощью процесса классического обусловливания, посредством которого устанавливается связь между обусловленным стимулом (товаром) и необусловленным стимулом, автоматически вызывающим некоторую позитивную реакцию. Например, красивая фотомодель, рекламирующая какой-то товар, может вызвать у человека позитивные установки, главную роль в которых будет играть эмоциональный компонент. Товар начинает ассоциироваться с сексуальной моделью, автоматически пробуждая позитивную реакцию.

СМИ могут привить нам целый комплекс установок по отношению к какому-то объекту. К примеру, посмотрев волнующий художественный или документальный телефильм о СПИДе, люди могут принять ближе к сердцу эту проблему и начнут больше сострадать жертвам болезни. Установки оценить легче, чем поступки, и иногда они приобретают огромное значение, поскольку влияют на последующее поведение и на то, как мы станем в дальнейшем обрабатывать информацию.

Воздействие установок не ограничивается формированием нашего мнения о том или ином объекте. Под влиянием набора установок может сложиться образ мышления, который будет определять все наше мировоззрение. Такие установки накладывают отпечаток на наше восприятие мира и то, как мы его интерпретируем.

Взаимодействие знаний, полученных из СМИ, с нашим жизненным опытом может привести к тому, что называют культивированием. Например, если мы принимаем на веру созданный в полицейском сериале образ большого города, таящего в себе множество опасностей, это представление не только накладывает отпечаток на наши установки по отношению к городам, но также может косвенно повлиять на наши когнитивные и поведенческие модели. Это влияние трудно оценить экспериментально, хотя и разработаны методы, позволяющие установить существование таких последствий.

Третий класс последствий - когнитивные эффекты (т.е. такие последствия, которые изменяют наши знания и мышление). Наиболее ярким примером здесь будет усвоение

новой информации из СМИ (например, сведений о шимпанзе, почерпнутых из статьи в журнале National Geographic). Существуют и другие, более завуалированные, когнитивные эффекты. Например, СМИ «навязывают повестку дня» очень простым способом: отдавая предпочтение одним событиям перед другими при освещении новостей. Уделяя предварительным президентским выборам намного больше внимания, чем сложным, но отвлеченным вопросам, подобным задолженности стран третьего мира или переходу от производства собственной сельхозпродукции к ее импорту, СМИ внушают нам, что мелкие политические детали всех этих предварительных выборов очень важны, а другие вопросы менее значимы.
Различные СМИ могут способствовать различным типам когнитивных действий. В замечательной серии исследований, в которых сравнивались когнитивные эффекты радио и телевидения, связанные с умением рассказывать истории, дети придумывали более оригинальные окончания к незавершенным историям в тех случаях, когда они слышали их по радио, чем тогда, когда они видели и слышали их по телевизору. Эти результаты в какой-то мере служат подтверждением интуитивному предположению, что радио способствует развитию воображения в большей степени, чем телевидение. Дети лучше запоминали вербальную информацию, переданную по радио, но визуальная, событийная и общая информация воспринималась ими лучше, когда ее передавали по телевидению.
Хотя когнитивные последствия чаше всего оценивают с помощью анализа почерпнутой информации, используются и другие методы. Например, то, насколько внимательно человек смотрит телевизор, можно определить, оценив время, в течение которого глаза прикованы к экрану. Интенсивность требуемых когнитивных усилий можно оценить косвенным образом, измерив, время, необходимое для запоминания какой-то информации и отклика на нее или для совершения каких-то вторичных действий Физиологические последствия. Четвертый класс эффектов масс-медиа, которые, вероятно, измеряют наименее часто, но которым начинают уделять все большее внимание, - это физиологические изменения в нашем организме, вызванные воздействием СМИ. Просмотр фильма ужасов или захватывающего спортивного матча вызывает такие физические изменения, как учащение дыхания и сердцебиения. Даже такой обыденный материал, как телевизионная реклама, может привести к изменениям в частоте сердцебиения и ориентировочном, реакциям кожных покровов и блокированию альфа-волн, испускаемых мозгом.

2. Выберите какое-либо значимое для вас событие с ярко выраженным социальными и моральными оттенками и оцените освещение его несколькими СМИ. Для анализа продукции радиостанции можно использовать печатную версию радиопрограммы. Какие этические проблемы поднимаются или замалчиваются в данных публикациях и видеосюжетах? Подкрепите свой анализ цитатами.

3. Изучите Кодекс профессиональной этики российского журналиста (см. ниже), принятый Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 г. (Москва) и используемый по сю пору.
а) Приведите по 2 примера, подтверждающих и опровергающих соблюдение журналистами центральных или региональных СМИ главных принципов этого Кодекса. Свой ответ обоснуйте.
б) Какие коррективы внесло в теорию социальной ответственности и возможности соблюдения требования Кодекса профэтики журналистики, на ваш взгляд, распространение продукции СМИ в онлайн среде?

Журналист всегда обязан действовать, исходя из принципов профессиональной этики, зафиксированных в настоящем Кодексе, принятие, одобрение и соблюдение которого является непременным условием для его членства в Союзе журналистов России.
Журналист соблюдает законы своей страны, но в том, что касается выполнения профессионального долга, он признает юрисдикцию только своих коллег, отвергая любые попытки давления и вмешательства со стороны правительства или кого бы то ни было.
Журналист распространяет и комментирует только ту информацию, в достоверности которой он убежден и источник которой ему хорошо известен. Он прилагает все силы к тому, чтобы избежать нанесения ущерба кому бы то ни было ее неполнотой или неточностью, намеренным сокрытием общественно значимой информации или распространением заведомо ложных сведений.
Журналист обязан четко проводить в своих сообщениях различие между фактами, о которых рассказывает, и тем, что составляет мнения, версии или предположения, в то же время в своей профессиональной деятельности он не обязан быть нейтральным.
При выполнении своих профессиональных обязанностей журналист не прибегает к незаконным и недостойным способам получения информации. Журналист признает и уважает право физических и юридических лиц не предоставлять информацию и не отвечать на задаваемые им вопросы - за исключением случаев, когда обязанность предоставить информацию оговорена законом.
Журналист рассматривает как тяжкие профессиональные преступления злонамеренное искажение фактов, клевету, получение при любых обстоятельствах платы за распространение ложной или сокрытие истинной информации; журналист вообще не должен принимать, ни прямо, ни косвенно, никаких вознаграждений или гонораров от третьих лиц за публикации материалов и мнений любого характера.
Убедившись в том, что он опубликовал ложный или искаженный материал, журналист обязан исправить свою ошибку, используя те же полиграфические и (или) аудиовизуальные средства, которые были применены при публикации материала. При необходимости он должен принести извинения через свой орган печати.
Журналист отвечает собственным именем и репутацией за достоверность всякого сообщения и справедливость всякого суждения, распространенные за его подписью, под его псевдонимом или анонимно, но с его ведома и согласия. Никто не вправе запретить ему снять свою подпись под сообщением или суждением, которое было хотя бы частично искажено против его воли.
Журналист сохраняет профессиональную тайну в отношении источника информации, полученной конфиденциальным путем. Никто не может принудить его к раскрытию этого источника. Право на анонимность может быть нарушено лишь в исключительных случаях, когда имеется подозрение, что источник сознательно исказил истину, а также когда упоминание имени источника представляет собой единственный способ избежать тяжкого и неминуемого ущерба для людей.
Журналист обязан уважать просьбу интервьюируемых им лиц не разглашать официально их высказывания.
Журналист полностью осознает опасность ограничения, преследования и насилия, которые могут быть спровоцированы его деятельностью. Выполняя свои профессиональные обязанности, он противодействует экстремизму и ограничению гражданских прав по любым признакам, включая признаки пола, расы, языка, религии, политических и иных взглядов, равно как социального и национального происхождения.
Журналист уважает честь и достоинство людей, которые становятся объектами его профессионального внимания. Он воздерживается от любых пренебрежительных намеков или комментариев в отношении расы, национальности, цвета кожи, религии, социального происхождения или пола, а также в отношении физического недостатка или болезни человека. Он воздерживается от публикации таких сведений, за

исключением случаев, когда эти обстоятельства напрямую связаны с содержанием публикуемого сообщения. Журналист обязан безусловно избегать употребления оскорбительных выражений, могущих нанести вред моральному и физическому здоровью людей.
Журналист придерживается принципа, что любой человек является невиновным до тех пор, пока судом не будет доказано обратное. В своих сообщениях он воздерживается называть по именам родственников и друзей тех людей, которые были обвинены или осуждены за совершенные ими преступления - за исключением тех случаев, когда это необходимо для объективного изложения вопроса. Он также воздерживается называть по имени жертву преступления и публиковать материалы, ведущие к установлению личности этой жертвы. С особой строгостью данные нормы исполняются, когда журналистское сообщение может затронуть интересы несовершеннолетних.
Только защита интересов общества может оправдать журналистское расследование, предполагающее вмешательство в частную жизнь человека. Такие ограничения вмешательства неукоснительно выполняются, если речь идет о людях, помещенных в медицинские и подобные учреждения.
Журналист полагает свой профессиональный статус несовместимым с занятием должностей в органах государственного управления, законодательной или судебной власти, а также в руководящих органах политических партий и других организаций политической направленности.
Журналист осознает, что его профессиональная деятельность прекращается в тот момент, когда он берет в руки оружие.
Журналист считает недостойным использовать свою репутацию, свой авторитет, а также свои профессиональные права и возможности для распространения информации рекламного или коммерческого характера, особенно, если о таком характере не свидетельствует явно и однозначно сама форма такого сообщения. Само сочетание журналистской и рекламной деятельности считается этически недопустимым.
Журналист не должен использовать в личных интересах или интересах близких ему людей конфиденциальную информацию, которой может обладать в силу своей профессии.
Журналист уважает и отстаивает профессиональные права своих коллег, соблюдает законы честной конкуренции. Журналист избегает ситуаций, когда он мог бы нанести ущерб личным или профессиональным интересам своего коллеги, соглашаясь выполнять его обязанности на условиях заведомо менее благоприятных в социальном, материальном или моральном плане.
Журналист уважает и заставляет уважать авторские права, вытекающие из любой творческой деятельности. Плагиат недопустим. Используя каким-либо образом работу своего коллеги, журналист ссылается на имя автора.
Журналист отказывается от задания, если выполнение его связано с нарушением одного из упомянутых выше принципов.
Журналист пользуется и отстаивает свое право пользоваться всеми предусмотренными гражданским уголовным законодательством гарантиями защиты в судебном и ином порядке от насилия или угрозы насилием, оскорблений, морального ущерба, диффамации.

Письменная работа 3. Функции СМИ в журналистских материалах

1. 1. Ответьте на следующие вопросы.
2. Назовите механизмы формирования общественного мнения

Назовите основные функции журналистики в современном обществе

Проанализируйте материалы СМИ с целью выявления социальной природы журналистики, функций отдельных медиа
Приведите примеры отражения в текстах СМИ основных функций журналистики

2. Выберите из нижеприведённого списка журналистов (в случае выбора Коммент. Шоу – его ведущих) одного представителя данной профессии, изучите образцы его творчества с целью выявления на их примере социальной природы журналистики и функций отдельных медиа.
3. Приведите примеры отражения в текстах печатных СМИ/ видеоконтенте выбранного вами журналиста основных функций журналистики. Ссылки в контрольной работе на используемые для ответов на вопросы материалы обязательны.
4. Найдите и охарактеризуйте в данных материалах механизмы формирования общественного мнения.
5. Укажите, какие из профессиональных компетенций наиболее ярко проявляются в выбранных вами образцах журналистского творчества.

Журналисты:
1) Юрий Дудь, канал ВДудь на YouTube.com.
2) Василий Уткин, Футбольный клуб на YouTube.com.
3) Ведущие Коммент. Шоу на YouTube.com.
4) Юлия Латынина, публикации в печатном издании «Новая газета» или выступления в еженедельной программе «Код доступа» на радиостанции «Эхо Москвы» или на YouTube.com.
5) Александр Невзоров, журналистское расследование «Лошадиная энциклопедия» для «Первого канала», часть 1-я или аудиовизуальный контент на YouTube.com в его исполнении.
6) Александр Баунов, статьи в различных Интернет-изданиях или колонка на радиостанции «Эхо Москвы».
7) Антон Красовский - аудиовизуальный контент в его исполнении на официальном сайте сети информационных каналов Russia Today или на YouTube.com.
8) Андрей Лошак - аудиовизуальный контент в его исполнении на YouTube.com.

Контрольные вопросы/задания:

Знать: правила создания основных жанров публицистических текстов в различных видах СМИ	1.Журналистика в системе средств массовой информации. Журналистика и пропаганда. Журналистика фактов и журналистика комментария. Особенности журналистской работы в газетах, журналах, на радио, телевидении. Массовая информация и ее роль в современном мире. Планирование работы служб, работающих в информационной сфере. Современные средства массовой коммуникации: печать, радио, телевидение, Интернет. Управленческие решения в информационной сфере. Планирование деятельности информационных агентств, корреспондентских сетей, служб общественных связей. Средства массовой информации и полиграфические предприятия как звенья одной цепи производства информационной продукции. Развитие рынка современной прессы. Рынок полиграфических услуг. Стимулирование спроса и организация сбыта информационной и полиграфической продукции. Технология анализа

	массовой информации. Технические средства массовой коммуникации и их использование в журналистской практике. Технология выпуска газетно-журнальной продукции на различных типах полиграфического оборудования. Использование электронных технических средств в производстве и анализе массовой информации Инфобезопасность

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5
Нижний порог выполнения задания в процентах: 80
Описание характеристики выполнения знания: Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

Оценка: 4
Нижний порог выполнения задания в процентах: 65
Описание характеристики выполнения знания: Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий.

Оценка: 3
Нижний порог выполнения задания в процентах: 45
Описание характеристики выполнения знания: Обучающийся не продемонстрировал способности к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа

КМ-3. История журналистики

Формы реализации: Проверка задания
Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа
Вес контрольного мероприятия в БРС: 20
Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают письменное задание

Краткое содержание задания:

1. Посмотрите видео «25 веков журналистики в одном ролике» … по ссылке: https://www.youtube.com/watch?v=eZaYyro7QdU&t=31s&ab_channel=QWERTY и «История газеты» https://www.youtube.com/watch?v=GzuFTssotOM

A. Опишите, опираясь на данные видео, что было характерно для:
а) журналистики эпохи средневековья;
б) истории журналистики США;
в) первых газет в разных странах.
B. Каково происхождение слова «газета»?
C. Как были связаны между собой газета и государство в XVII – XIX вв.?
D. Какие события развития журналистики Англии вы бы указали как ключевые?
E. Что из истории журналистики Великобритании и США наиболее сильно повлияло на становление журналистики как социального явления?

2. Посмотрите видео «История российской журналистики за 27 минут» в трёх частях: ч. 1 https://www.youtube.com/watch?v=-qHTHbdFlvs&ab_channel=7-%D0%B0%D1%8F%D0%9C%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F . Ч. 2 https://www.youtube.com/watch?v=dOwq9OfQC7s&ab_channel=7-%D0%B0%D1%8F%D0%9C%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F . Ч. 3 https://www.youtube.com/watch?v=6xJLGI9g6K4&ab_channel=7-%D0%B0%D1%8F%D0%9C%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F .
Выпишите не менее 15-ти явлений отечественной журналистики прошлого на его основе.

Контрольные вопросы/задания:

Знать: приемы, методы и правила написания журналистских текстов разной тематики и направленности	1.Пражурналистские явления в Древнем мире Первые прагазеты: типологические признаки Предпосылки возникновения журналистики (политические, экономические, технологические, культурные) Назовите основные этапы становления журналистики как профессии Найдите в истории журналистики примеры, иллюстрирующие роль технологического фактора в развитии как отдельных медиа, так и отрасли в целом – на примере разных стран ЗЕ Укажите какие пражурналистские явления вам известны Назовите основные предпосылки появления журналистики Докажите, что первые прагазеты «Acta senatus» и «Acta diurna populi Romani» являлись прообразом современных периодических изданий Первые рукописные газеты: типологические признаки Формирование первых печатных периодических изданий в Европе «Penny press»: типологические признаки Роль первых информационных агентств в развитии журналистики Предпосылки формирования журналистской профессии в 19 в. Технологии и их влияние на развитие журналистики Появление и становление радиовещания как средства массовой информации Появление и становление телевидения как средства массовой информации Роль интернет-технологий в создании новой информационно-коммуникационной среды в конце 20 в. Формирование системы СМИ в первой половине 20 в.

	Электронные СМИ как новый элемент системы журналистики конца 20 в. Виды массовых информационных продуктов и каналы их распространения Информационные агентства и другие структуры медиарынка, обеспечивающие функционирование системы

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5
Нижний порог выполнения задания в процентах: 80
Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: 4
Нижний порог выполнения задания в процентах: 60
Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: 3
Нижний порог выполнения задания в процентах: 45
Описание характеристики выполнения знания:

КМ-4. Печатные СМИ

Формы реализации: Проверка задания
Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа
Вес контрольного мероприятия в БРС: 20
Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают задания

Краткое содержание задания:
Характеристика различных печатных изданий: газет и журналов, а также их онлайн версий.

Контрольные вопросы/задания:

Знать: владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5)	1._____ корреспондент – это корреспондент, который по заданию редакции выезжает на места важнейших событий для их оперативного освещения а. Сверхштатный б. Специальный в. Внештатный г. Штатный б Какой вариант классификации верный? (может быть более одного варианта ответа) Факты бывают: а. динамичные, релевантные б. релевантные, нерелевантные в. динамичные, статичные г. динамичные, нерелевантные в
Уметь: логически верно, аргументировано и ясно строить	1.Кто из публицистов периода Реформации провозгласил, что церковь и духовенство не являются

устную и письменную речь (ОК-2)	посредниками между человеком и Богом? Иоганн Гутенберг Жан Кальвин Джон Мильтон Мартин Лютер г В какой стране не существует общенационального закона о СМИ? а. В России. б. В Великобритании. в. В Германии. в. Во Франции. б Это изобретение явилось результатом четвертой информационной революции в истории развития цивилизации. а. радио б. печатный станок в. интернет г. телевидение в Этот жанр исчез с газетной полосы в постсоветский период. а. комментарий б. передовая статья в. эссе г. интервью Кредо _____ - субъективизм, включение в публикацию авторского мнения, настроения, элементов художественного вымысла а. Интернет-журналистики б. массовых СМИ в. жёлтой прессы г. нового журнализма г Книгопечатный станок изобрел: а. Первопечатник Иван Фёдоров б. Джон Лилберн в. Иоганн Гутенберг г. Император династии Минь

	в О каком жанре идёт речь? ____ начинается с зачина, затем излагается основная часть. Последовательность изложения такова: _____, объяснительный материал, вторичный материал (подтемы), если необходимо, дается предыстория, затем возвращение к главной теме, ее детализация. а. Новость б. Отчёт в. Хроника г. Обозрение а

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию

КМ-5. ТВ

Формы реализации: Письменная работа
Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа
Вес контрольного мероприятия в БРС: 20
Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают задания

Краткое содержание задания:

1. 1. Написать сценарий сюжетов телерепортажа.
   2. Анализ нескольких информационных выпуском с точки зрения композиции кадра, монтажа, сценария, приёмов видеосъёмки
   3. Анализ освещения одного и того же события на разных телеканалах и выводы о концепции телеканала

Контрольные вопросы/задания:

Знать: об отдельных механизмах производства теле- и радио-передач, компонентах теле- и радиопередач и их жанрах, специфике и системе жанров печатных масс-медиа	1.Оцените истинность высказывания: Массовая информация – это часть социальной информации а. Да б. Скорее да, чем нет. в. Скорее нет, чем да. г. Нет. а

	По какому признаку выделяют интервью-монолог, интервью-диалог, интервью-полилог, интервью-беседа? а. По охвату тем и аудитории б. По степени экспрессивности в. По количественному соотношению задействованных в беседе лиц г. По количественному соотношению задействованных в беседе лиц и предметно-эмоциональной направленности. в Регистрационный принцип учреждения средств массовой информации принят: а. во всех странах б. в Российской Федерации в. в странах Западной Европы г. в странах Западной Европы и США а Основная задача журналистики как профессии заключается в: а. Передаче информации б. Сборе и систематизации информации в. Отражении определенной точки зрения г. Трансляции государственной идеологии а Специальный корреспондент а. занимается узкопрофильной тематикой б. по заданию редакции выезжает на места важнейших событий для их оперативного освещения в. выполняет особые поручения редакции г. занимается включённым наблюдением на месте своей основной работы б
Уметь: умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14)	1.О каком жанре идёт речь? В информационном ___ описание мероприятия требует конкретного, последовательного изложения. Сообщение фактографично, документально. а. о репортаже б. об отчете

	в. об обозрении г. о заметке б Планирование работы редакции на какой промежуток времени называется среднесрочным? а. на полугодие б. на квартал в. на неделю г. на месяц в Телекомпании, соучредителями которых являются государственные органы власти Российской Федерации и ее субъектов, а также иные юридические лица и граждане - а. общественные б. государственные в. смешанного типа г. частные а ____ – это доминантный признак информационного жанра, который помогает телезрителю поверить объективность отражаемой на экране жизни а. Релевантность б. Актуальность в. Информативность г. Симультанность г

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию

КМ-6. Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ

Формы реализации: Письменная работа
Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа
Вес контрольного мероприятия в БРС: 25
Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают задание и часть их выполняют устно, а часть - письменно

Краткое содержание задания:

Составить вопросник к интервью.
Составить текст публичного выступления и выступить перед группой с целью убедить или побудить.
Провести переговоры - индивидуальные или групповые - на одну из тем, наиболее часто встречающихся в практике журналиста, особенно во взаимодействии с PR-службами.

Авторское право

1. Изучите отдельные пункты Закона об авторском праве по ссылке https://internet-law.ru/law/kodeks/grazhdanskiy-kodeks-rossiyskoy-federacii-chast-chetvertaya-3.htm

2. Приведите примеры споров и попыток разрешения спорных ситуаций различными путями, связанных с тем или иным пунктом Закона. Опишите одну ситуацию, возможные последствия того или иного решения проблемы (не)соблюдения авторских прав; выразите личное мнение о данном конфликте.
3. Как повлияли на имидж и репутацию субъектов правовых споров и судебных разбирательств проблемы нарушения авторских прав, на ваш взгляд?

Контрольные вопросы/задания:

Знать: историю появления и развития массовой информации, требования к ней, основные отличительные черты, специфику основных медианосителей (включая некоторые технические моменты)	1.1. Журналист – это… а. Человек, который пишет статьи в газету б. Лицо, которое доводит до потребителя информацию в. Человек, который является посредником между читателем и информацией г. Лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции средства массовой информации г 2. Основные методы получения информации а. Опрос, наблюдение, интервью б. Наблюдение, интервью, работа с документами в. Наблюдение, работа с документами г. Опрос, интервью, методы исследования аудитории г 3. К основным методам исследования аудитории относится: а. Наблюдение, опрос, анкетирование, тестирование б. Наблюдение, интервью, работа с документами в. Наблюдение, опрос, работа с документами г. Наблюдение, тестирование, работа с документами а 4. Какие бывают виды анкет по числу респондентов? Исключите лишний вариант?

	а. социальные б. групповые в. массовые г. индивидуальные а
Знать: о развитии прессы, становлении отечественного радио- и телевещания, основных этапах развитии журналистики, о теоретических и практических аспектах журналистской деятельности; о современных СМИ и их типологиях; об основных процессах и тенденциях на российском рынке периодической печати, радио, телевидения, Интернете	1.Журналистика образно называется: а. Четвертой ветвью власти б. Серым кардиналом власти в. Рупором общественного мнения г. Сливным бачком политиков а. Природу этого жанра определяет синкретическое соединение трех начал – социологического, публицистического и художественного. О каком жанре идёт речь? а. Об интервью б. Об эссе в. Об очерке г. О репортаже в Профессиональный статус журналиста распространяется на внештатных корреспондентов. а. Неверно б. Частично верно в. Верно в Потоковое потребление новостей в Интернете требует от журналистов: а. постоянной подстройки под текущие интересы аудитории б. мониторинга слухов и сплетен в. энциклопедической образованности и эрудиции г. более долговременного удержания контента на Интернет-ресурсах а
Знать: правила оценки качества журналистских текстов и продукции других видов СМИ	1.21. ____ – это жанр публицистики, одним из элементов которого является максимальное раскрытие личностного начала в тексте, создание психологически достоверного образа повествователя. а. Комментарий

	б. Фельетон в. Обозрение г. Эссе г 22. Какое требование соответствует информационному сообщению? а. объективность б. эмоционально окрашенный стиль повествования в. экспрессивность г. богатый арсенал изобразительно-выразительных средств а 23. Внештатный корреспондент – это корреспондент, который не состоит в штате редакции, но а. периодически выезжает на место событий б. время от времени готовит материалы для публикаций а 24. Этот писатель известен как автор публицистических обозрений. а. Чехов б. Ломоносов в. Гоголь г. Салтыков-Щедрин г
Уметь: проводить исследования содержания сообщений массовой коммуникации и владеть навыками анализа сообщений (ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-9, ПК-14)	1.Журналистика – это… а. Наука о журналистах б. Область научно - практической деятельности в. Вид деятельности по подготовке и доведению до потребителя информации г. Сбор или подготовка сообщений и материалов для редакции средства массовой информации в Какое понятие лишнее в следующем утверждении? В зависимости от предметно-тематического содержания репортажи подразделяются на: а. постановочные б. тематически-познавательные в. событийные г. хроникальные г

	Жанр _____ дифференцируется по двум признакам: количественному соотношению задействованных в беседе лиц и предметно-эмоциональной направленности. а. хроника б. обозрение в. интервью г. репортаж в
Уметь: общаться, устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9)	1.1. Что является главным «инструментом» журналиста? а. Слово б. Графическая информация в. Звуковая информация г. Технические устройства а 2. Заметка – это жанр а. оперативно-новостной б. исследовательский в. исследовательско-образный г. исследовательско-новостной а 3. К оперативно-исследовательским жанрам относится а. очерк б. рецензия в. заметка г. отчет г 4. К исследовательско-образным жанрам журналистики относится а. памфлет б. статья в. эссе г. репортаж в
Уметь: пользоваться традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности (ПК-5, ПК-9, ПК-14);	1.5. Какое бывает анкетирование по типу контактов? (может быть более одного варианта ответа) а. заочное б. онлайн в. очное г. офлайн

	а, в 6. Форма диалога присутствует в журналистском жанре а. отчета б. корреспонденции в. заметки г. интервью г 7. Журналистов образно называют представителями а. третьей власти б. второй власти в. четвертой власти г. первой власти в 8. «Лид» в журналистике означает: а. особенности языка произведения б. особенности стиля г. жизненный материал произведения д. первые фразы текста г
Уметь: производить литературное редактирование, копирайтинг (ПК-6)	1.9. К информационным жанрам журналистики относится а. эссе б. фельетон в. памфлет г. отчет г 10. Главным компонентом любого рода и вида журналистики является а. изображение б. звук в. литературная основа г. комментарий в 11. Чаще всего к монологической форме подачи информации журналисты прибегают в: а. Очерке б. Интервью в. Статье

	г. Репортаже в 12. Главный компонент любого жанра, вида и рода журналистской деятельности – это: а. Объективный характер подачи информации б. Субъективный характер подачи информации в. Литературная основа г. Использование клише в
Уметь: создавать информационные, информационно-аналитические, аналитические и художественно-публицистические произведения в повседневной деятельности специалиста по связям с общественностью применительно к определённым PR-ситуациям и задачам (ПК-7)	1. О каком жанре идёт речь? Аналитический ___ в отличие от информационного более «свободен». В основе его также лежит общественно значимый факт, но журналист может концентрировать свое внимание на отдельных сторонах освещаемого мероприятия, давать им субъективную оценку, комментировать. а. о хронике б. об интервью в. об отчёте г. о репортаже в Исключите лишний вариант: Виды комментария - а. расширенный б. комментарий эксперта в. полярный комментарий г. популярный г
Уметь: создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы	1.13. Укажите личное качество журналиста, которое позитивнее всего влияет на его профессиональную деятельность. а. Способность к быстрой социальной адаптации б. Высокий уровень общественной активности в. Общительность г. Умение быстро переключаться с одной темы на другую б 14. Качественная, глубокая, авторская, личностная: какую идеологическую модель СМИ описывают эти слова? а. Функционально-информационную б. Авторитарно-технократическую

	в. Гуманитарную г. Либертарианскую в 15. Совокупность взаимосвязанных действий, которые направлены на создание условий получения гражданами информации, удовлетворяющей их базовые потребности и интересы – это: а. Информационная политика б. Информационная функция журналистики в. Коммуникативная функция журналистики г. Один из пунктов Закона о СМИ РФ. а
Уметь: учитывать и использовать особенности современной системы СМИ и других традиционных каналов проведения коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).	1.Как называлась первая в России печатная газета? а. «Известия» б. «Ведомости» в. «Колокол» г. «Vox populi» б Форма диалога присутствует в журналистском жанре а. отчета б. корреспонденции в. заметки г. интервью г В военный период во Франции было создано агентство: а. Ашетт б. Франс Пресс в. Гавас г. Рейтер б

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5
Нижний порог выполнения задания в процентах: 70
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4
Нижний порог выполнения задания в процентах: 60
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3
Нижний порог выполнения задания в процентах: 50
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

4 семестр

КМ-1. Массовая информация и ее роль в современном мире. PR и массовая информация

Формы реализации: Письменная работа
Тип контрольного мероприятия: Реферат
Вес контрольного мероприятия в БРС: 15
Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают список тем рефератов и пишут реферат по выбранной ими и закреплённой за ними теме

Краткое содержание задания:
I. Выполнить:
- постановку проблемы в соответствии с выбранной темой;
- поиск литературы по избранной теме;
- критический анализ позиций по избранной теме;
- сделать собственные выводы, исходя из анализа различных позиций и взглядов на исследуемую проблему;
- оформить результаты в пояснительную записку;
- представить результаты.
II. Рекомендуемое содержание реферата:
Реферат – это самостоятельная творческая работа, целью выполнения которой является со-вершенствование навыков работы с учебной, методической и научной литературой; закрепление знаний по курсу «Политология».
Изложение текста и оформление реферата выполняют в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32 – 2001, ГОСТ 2.105 – 95 и ГОСТ 6.38 – 90. Страницы текстовой части и включенные в нее иллю-страции и таблицы должны соответствовать формату А4 по ГОСТ 9327-60.
Реферат должен иметь следующую структуру:
- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников и литературы.
Реферат выполняется любым печатным способом и оформляется только на лицевой стороне белой бумаги:
- размер бумаги стандартного формата А4 (210х297 мм);
- поля: левое – 30 мм, верхнее – 20 мм, правое – 10 мм, нижнее – 20 мм;
- шрифт – Times New Roman – 14 пт (пунктов) в основном тексте, 10 пт (пунктов) в сносках;
- междустрочный интервал: полуторный в основном тексте, одинарный в подстрочных ссыл-ках;
- форматирование основного текста и ссылок – в параметре «по ширине»;
- красная строка – 1,25 см.
Общий объем работы должен составлять примерно 10-25 страниц текста с обязательной нумерацией страниц снизу по центру.

Оригинальность должна составлять не менее 75% на общем антиплагиате.
Список источников и литературы представляет собой перечень тех библиографических источников, которые использовались при написании реферата. Он включает в себя не менее 5 наименований, расположенных в алфавитном порядке по разделам в следующей последовательности:
- законодательные;
- делопроизводственные (внутриорганизационные документы);
- источники личного происхождения (мемуары, письма и т.д.);
- учебная и научная литература;
- периодические издания;
- электронные ресурсы.
В работе обязательно должны быть использованы источники, опубликованные не ранее 2010 г.
Реферат обязательно должен содержать ссылки и (или) сноски на используемую в ходе его написания литературу.

Рекомендуемые темы:

Развитие способов хранения и обмена информацией в процессе антропогенеза
Развитие технических средств распространения информации
Проблемы функционирования информации в учениях прошлого
Философские подходы к функционированию информации в социуме.
Проблемы распространения информации в современном обществе
Семиотика и информация
Критика современной коммуникации
Теория информационного общества
Культурологический подход к изучению информации
Становление информационно-коммуникативного общества в России
Информационная концепция коммуникации
Массовая информация и культура: проблемы и подходы к их решению
Методы сбора и анализа информации в журналистике и PR.
Роль PR-служб и управлений по связям с общественностью в формировании корпоративной культуры.
Оценка эффективности PR-текстов (на примере мероприятия или организации).
Деловая переписка и переговоры как форма PR-деятельности организации.
Работа пресс-служб со средствами массовой информации.
Структура и содержание рекламных материалов.
Функциональные разновидности современного языка (разговорный, научный, публицистический, официально-деловой стили) и их использование в PR-деятельности.
Система жанров PR-текстов.
Спичрайтинг в PR-деятельности.
Роль корпоративных изданий в PR-деятельности.
Использование информационных ресурсов Интернета в PR- деятельности.
Речевые обороты (тропы), стилистические фигуры в рекламных и PR-текстах.
Поддержание и информационное сопровождение официального сайта организации.
Информационное сопровождение деятельности организации (на примере компании).
Статья как жанр PR-текста. Виды, технология создания, примеры.
Интервью как жанр PR-текста. Виды, технология создания, примеры.
Аккредитация представителей СМИ: виды, правовое регулирование, проблемы.
Торжественные PR-тексты: приветствия, тосты, речи (на выбор): структура, особенности использования лексики и синтаксических конструкций.

Региональный рынок СМИ: тенденции, динамика и проблемы развития.
Невербальная коммуникация как составляющая часть публичного выступления.
Современные онлайновые издания (на примере).
Служебные документы и деловая переписка как часть PR- деятельности.
Работа над буклетом, проспектом, брошюрой (на выбор): информационное и иллюстративное наполнение.

Контрольные вопросы/задания:

Знать: особенности современной системы СМИ и других традиционных каналов проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	1.Какова роль информации в жизни общества? Опишите научные трактовки понятия «информация». Что такое информационные потребности? Информационная культура: назовите основные понятия. Каковы способы освоения информационной среды? В чем состоит информационное взаимодействие СМИ и аудитории?

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию

КМ-3. История журналистики

Формы реализации: Проверка задания
Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа
Вес контрольного мероприятия в БРС: 20
Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают письменное задание

Краткое содержание задания:
1. Посмотрите видео «25 веков журналистики в одном ролике» … по ссылке: https://www.youtube.com/watch?v=eZaYyro7QdU&t=31s&ab_channel=QWERTY и «История газеты» https://www.youtube.com/watch?v=GzuFTssotOM
A. Опишите, опираясь на данные видео, что было характерно для:
а) журналистики эпохи средневековья;
б) истории журналистики США;
в) первых газет в разных странах.
B. Каково происхождение слова «газета»?
C. Как были связаны между собой газета и государство в XVII – XIX вв.?
D. Какие события развития журналистики Англии вы бы указали как ключевые?
E. Что из истории журналистики Великобритании и США наиболее сильно повлияло на становление журналистики как социального явления?

2. Посмотрите видео «История российской журналистики за 27 минут» в трёх частях: ч. 1 https://www.youtube.com/watch?v=-qHTHbdFlvs&ab_channel=7-%D0%B0%D1%8F%D0%9C%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F . Ч. 2 https://www.youtube.com/watch?v=dOwq9OfQC7s&ab_channel=7-%D0%B0%D1%8F%D0%9C%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F . Ч. 3 https://www.youtube.com/watch?v=6xJLGI9g6K4&ab_channel=7-%D0%B0%D1%8F%D0%9C%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F .
Выпишите не менее 15-ти явлений отечественной журналистики прошлого на его основе.

Контрольные вопросы/задания:

Знать: приемы, методы и правила написания журналистских текстов разной тематики и направленности	1.Пражурналистские явления в Древнем мире Первые прагазеты: типологические признаки Предпосылки возникновения журналистики (политические, экономические, технологические, культурные) Назовите основные этапы становления журналистики как профессии Найдите в истории журналистики примеры, иллюстрирующие роль технологического фактора в развитии как отдельных медиа, так и отрасли в целом – на примере разных стран ЗЕ Укажите какие пражурналистские явления вам известны Назовите основные предпосылки появления журналистики Докажите, что первые прагазеты «Acta senatus» и «Acta diurna populi Romani» являлись прообразом современных периодических изданий Первые рукописные газеты: типологические признаки Формирование первых печатных периодических изданий в Европе «Penny press»: типологические признаки Роль первых информационных агентств в развитии журналистики Предпосылки формирования журналистской профессии в 19 в. Технологии и их влияние на развитие журналистики Появление и становление радиовещания как средства массовой информации Появление и становление телевидения как средства массовой информации Роль интернет-технологий в создании новой информационно-коммуникационной среды в конце 20 в. Формирование системы СМИ в первой половине 20 в.

	Электронные СМИ как новый элемент системы журналистики конца 20 в. Виды массовых информационных продуктов и каналы их распространения Информационные агентства и другие структуры медиарынка, обеспечивающие функционирование системы

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5
Нижний порог выполнения задания в процентах: 80
Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: 4
Нижний порог выполнения задания в процентах: 60
Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: 3
Нижний порог выполнения задания в процентах: 45
Описание характеристики выполнения знания:

КМ-4. Печатные СМИ

Формы реализации: Проверка задания
Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа
Вес контрольного мероприятия в БРС: 20
Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают задания

Краткое содержание задания:
Характеристика различных печатных изданий: газет и журналов, а также их онлайн версий.

Контрольные вопросы/задания:

Знать: владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5)	1._____ корреспондент – это корреспондент, который по заданию редакции выезжает на места важнейших событий для их оперативного освещения а. Сверхштатный б. Специальный в. Внештатный г. Штатный б Какой вариант классификации верный? (может быть более одного варианта ответа) Факты бывают: а. динамичные, релевантные б. релевантные, нерелевантные в. динамичные, статичные г. динамичные, нерелевантные в
Уметь: логически верно, аргументировано и ясно строить	1.Кто из публицистов периода Реформации провозгласил, что церковь и духовенство не являются

устную и письменную речь (ОК-2)	посредниками между человеком и Богом? Иоганн Гутенберг Жан Кальвин Джон Мильтон Мартин Лютер г В какой стране не существует общенационального закона о СМИ? а. В России. б. В Великобритании. в. В Германии. в. Во Франции. б Это изобретение явилось результатом четвертой информационной революции в истории развития цивилизации. а. радио б. печатный станок в. интернет г. телевидение в Этот жанр исчез с газетной полосы в постсоветский период. а. комментарий б. передовая статья в. эссе г. интервью Кредо _____ - субъективизм, включение в публикацию авторского мнения, настроения, элементов художественного вымысла а. Интернет-журналистики б. массовых СМИ в. жёлтой прессы г. нового журнализма г Книгопечатный станок изобрел: а. Первопечатник Иван Фёдоров б. Джон Лилберн в. Иоганн Гутенберг г. Император династии Минь

	в О каком жанре идёт речь? ____ начинается с зачина, затем излагается основная часть. Последовательность изложения такова: _____, объяснительный материал, вторичный материал (подтемы), если необходимо, дается предыстория, затем возвращение к главной теме, ее детализация. а. Новость б. Отчёт в. Хроника г. Обозрение а

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию

КМ-5. ТВ

Формы реализации: Письменная работа
Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа
Вес контрольного мероприятия в БРС: 20
Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают задания

Краткое содержание задания:

2. 1. Написать сценарий сюжетов телерепортажа.
   2. Анализ нескольких информационных выпуском с точки зрения композиции кадра, монтажа, сценария, приёмов видеосъёмки
   3. Анализ освещения одного и того же события на разных телеканалах и выводы о концепции телеканала

Контрольные вопросы/задания:

Знать: об отдельных механизмах производства теле- и радио-передач, компонентах теле- и радиопередач и их жанрах, специфике и системе жанров печатных масс-медиа	1.Оцените истинность высказывания: Массовая информация – это часть социальной информации а. Да б. Скорее да, чем нет. в. Скорее нет, чем да. г. Нет. а

	По какому признаку выделяют интервью-монолог, интервью-диалог, интервью-полилог, интервью-беседа? а. По охвату тем и аудитории б. По степени экспрессивности в. По количественному соотношению задействованных в беседе лиц г. По количественному соотношению задействованных в беседе лиц и предметно-эмоциональной направленности. в Регистрационный принцип учреждения средств массовой информации принят: а. во всех странах б. в Российской Федерации в. в странах Западной Европы г. в странах Западной Европы и США а Основная задача журналистики как профессии заключается в: а. Передаче информации б. Сборе и систематизации информации в. Отражении определенной точки зрения г. Трансляции государственной идеологии а Специальный корреспондент а. занимается узкопрофильной тематикой б. по заданию редакции выезжает на места важнейших событий для их оперативного освещения в. выполняет особые поручения редакции г. занимается включённым наблюдением на месте своей основной работы б
Уметь: умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14)	1.О каком жанре идёт речь? В информационном ___ описание мероприятия требует конкретного, последовательного изложения. Сообщение фактографично, документально. а. о репортаже б. об отчете

	в. об обозрении г. о заметке б Планирование работы редакции на какой промежуток времени называется среднесрочным? а. на полугодие б. на квартал в. на неделю г. на месяц в Телекомпании, соучредителями которых являются государственные органы власти Российской Федерации и ее субъектов, а также иные юридические лица и граждане - а. общественные б. государственные в. смешанного типа г. частные а ____ – это доминантный признак информационного жанра, который помогает телезрителю поверить объективность отражаемой на экране жизни а. Релевантность б. Актуальность в. Информативность г. Симультанность г

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию

КМ-6. Технологии профессиональной коммуникации журналиста. Психологические аспекты функционирования СМИ. ОрРПСМИ

Формы реализации: Письменная работа
Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа
Вес контрольного мероприятия в БРС: 25
Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают задание и часть их выполняют устно, а часть - письменно

Краткое содержание задания:

Составить вопросник к интервью.
Составить текст публичного выступления и выступить перед группой с целью убедить или побудить.
Провести переговоры - индивидуальные или групповые - на одну из тем, наиболее часто встречающихся в практике журналиста, особенно во взаимодействии с PR-службами.

Авторское право

1. Изучите отдельные пункты Закона об авторском праве по ссылке https://internet-law.ru/law/kodeks/grazhdanskiy-kodeks-rossiyskoy-federacii-chast-chetvertaya-3.htm

2. Приведите примеры споров и попыток разрешения спорных ситуаций различными путями, связанных с тем или иным пунктом Закона. Опишите одну ситуацию, возможные последствия того или иного решения проблемы (не)соблюдения авторских прав; выразите личное мнение о данном конфликте.
3. Как повлияли на имидж и репутацию субъектов правовых споров и судебных разбирательств проблемы нарушения авторских прав, на ваш взгляд?

Контрольные вопросы/задания:

Знать: историю появления и развития массовой информации, требования к ней, основные отличительные черты, специфику основных медианосителей (включая некоторые технические моменты)	1.1. Журналист – это… а. Человек, который пишет статьи в газету б. Лицо, которое доводит до потребителя информацию в. Человек, который является посредником между читателем и информацией г. Лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции средства массовой информации г 2. Основные методы получения информации а. Опрос, наблюдение, интервью б. Наблюдение, интервью, работа с документами в. Наблюдение, работа с документами г. Опрос, интервью, методы исследования аудитории г 3. К основным методам исследования аудитории относится: а. Наблюдение, опрос, анкетирование, тестирование б. Наблюдение, интервью, работа с документами в. Наблюдение, опрос, работа с документами г. Наблюдение, тестирование, работа с документами а 4. Какие бывают виды анкет по числу респондентов? Исключите лишний вариант?

	а. социальные б. групповые в. массовые г. индивидуальные а
Знать: о развитии прессы, становлении отечественного радио- и телевещания, основных этапах развитии журналистики, о теоретических и практических аспектах журналистской деятельности; о современных СМИ и их типологиях; об основных процессах и тенденциях на российском рынке периодической печати, радио, телевидения, Интернете	1.Журналистика образно называется: а. Четвертой ветвью власти б. Серым кардиналом власти в. Рупором общественного мнения г. Сливным бачком политиков а. Природу этого жанра определяет синкретическое соединение трех начал – социологического, публицистического и художественного. О каком жанре идёт речь? а. Об интервью б. Об эссе в. Об очерке г. О репортаже в Профессиональный статус журналиста распространяется на внештатных корреспондентов. а. Неверно б. Частично верно в. Верно в Потоковое потребление новостей в Интернете требует от журналистов: а. постоянной подстройки под текущие интересы аудитории б. мониторинга слухов и сплетен в. энциклопедической образованности и эрудиции г. более долговременного удержания контента на Интернет-ресурсах а
Знать: правила оценки качества журналистских текстов и продукции других видов СМИ	1.21. ____ – это жанр публицистики, одним из элементов которого является максимальное раскрытие личностного начала в тексте, создание психологически достоверного образа повествователя. а. Комментарий

	б. Фельетон в. Обозрение г. Эссе г 22. Какое требование соответствует информационному сообщению? а. объективность б. эмоционально окрашенный стиль повествования в. экспрессивность г. богатый арсенал изобразительно-выразительных средств а 23. Внештатный корреспондент – это корреспондент, который не состоит в штате редакции, но а. периодически выезжает на место событий б. время от времени готовит материалы для публикаций а 24. Этот писатель известен как автор публицистических обозрений. а. Чехов б. Ломоносов в. Гоголь г. Салтыков-Щедрин г
Уметь: проводить исследования содержания сообщений массовой коммуникации и владеть навыками анализа сообщений (ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-9, ПК-14)	1.Журналистика – это… а. Наука о журналистах б. Область научно - практической деятельности в. Вид деятельности по подготовке и доведению до потребителя информации г. Сбор или подготовка сообщений и материалов для редакции средства массовой информации в Какое понятие лишнее в следующем утверждении? В зависимости от предметно-тематического содержания репортажи подразделяются на: а. постановочные б. тематически-познавательные в. событийные г. хроникальные г

	Жанр _____ дифференцируется по двум признакам: количественному соотношению задействованных в беседе лиц и предметно-эмоциональной направленности. а. хроника б. обозрение в. интервью г. репортаж в
Уметь: общаться, устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9)	1.1. Что является главным «инструментом» журналиста? а. Слово б. Графическая информация в. Звуковая информация г. Технические устройства а 2. Заметка – это жанр а. оперативно-новостной б. исследовательский в. исследовательско-образный г. исследовательско-новостной а 3. К оперативно-исследовательским жанрам относится а. очерк б. рецензия в. заметка г. отчет г 4. К исследовательско-образным жанрам журналистики относится а. памфлет б. статья в. эссе г. репортаж в
Уметь: пользоваться традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности (ПК-5, ПК-9, ПК-14);	1.5. Какое бывает анкетирование по типу контактов? (может быть более одного варианта ответа) а. заочное б. онлайн в. очное г. офлайн

	а, в 6. Форма диалога присутствует в журналистском жанре а. отчета б. корреспонденции в. заметки г. интервью г 7. Журналистов образно называют представителями а. третьей власти б. второй власти в. четвертой власти г. первой власти в 8. «Лид» в журналистике означает: а. особенности языка произведения б. особенности стиля г. жизненный материал произведения д. первые фразы текста г
Уметь: производить литературное редактирование, копирайтинг (ПК-6)	1.9. К информационным жанрам журналистики относится а. эссе б. фельетон в. памфлет г. отчет г 10. Главным компонентом любого рода и вида журналистики является а. изображение б. звук в. литературная основа г. комментарий в 11. Чаще всего к монологической форме подачи информации журналисты прибегают в: а. Очерке б. Интервью в. Статье

	г. Репортаже в 12. Главный компонент любого жанра, вида и рода журналистской деятельности – это: а. Объективный характер подачи информации б. Субъективный характер подачи информации в. Литературная основа г. Использование клише в
Уметь: создавать информационные, информационно-аналитические, аналитические и художественно-публицистические произведения в повседневной деятельности специалиста по связям с общественностью применительно к определённым PR-ситуациям и задачам (ПК-7)	1. О каком жанре идёт речь? Аналитический ___ в отличие от информационного более «свободен». В основе его также лежит общественно значимый факт, но журналист может концентрировать свое внимание на отдельных сторонах освещаемого мероприятия, давать им субъективную оценку, комментировать. а. о хронике б. об интервью в. об отчёте г. о репортаже в Исключите лишний вариант: Виды комментария - а. расширенный б. комментарий эксперта в. полярный комментарий г. популярный г
Уметь: создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы	1.13. Укажите личное качество журналиста, которое позитивнее всего влияет на его профессиональную деятельность. а. Способность к быстрой социальной адаптации б. Высокий уровень общественной активности в. Общительность г. Умение быстро переключаться с одной темы на другую б 14. Качественная, глубокая, авторская, личностная: какую идеологическую модель СМИ описывают эти слова? а. Функционально-информационную б. Авторитарно-технократическую

	в. Гуманитарную г. Либертарианскую в 15. Совокупность взаимосвязанных действий, которые направлены на создание условий получения гражданами информации, удовлетворяющей их базовые потребности и интересы – это: а. Информационная политика б. Информационная функция журналистики в. Коммуникативная функция журналистики г. Один из пунктов Закона о СМИ РФ. а
Уметь: учитывать и использовать особенности современной системы СМИ и других традиционных каналов проведения коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).	1.Как называлась первая в России печатная газета? а. «Известия» б. «Ведомости» в. «Колокол» г. «Vox populi» б Форма диалога присутствует в журналистском жанре а. отчета б. корреспонденции в. заметки г. интервью г В военный период во Франции было создано агентство: а. Ашетт б. Франс Пресс в. Гавас г. Рейтер б

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5
Нижний порог выполнения задания в процентах: 70
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4
Нижний порог выполнения задания в процентах: 60
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3
Нижний порог выполнения задания в процентах: 50
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

3 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

Виды информации.
Теория свободы прессы и социальной ответственности прессы.

Процедура проведения

Проводится в форме защиты реферата и устной беседы по следующим вопросам:

I. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-З$_{ОПК-4}$ Демонстрирует умения по составлению корректных ответов на запросы общественности, поступающие в коммерческие и некоммерческие организации, а также в органы власти с учетом специфики их деятельности

Материалы для проверки остаточных знаний

1.Журналистский (публицистический) текст от художественного отличается ...
а. интертекстуальностью
б. наличием подтекста
в. идеологической направленностью
г. актуальностью

Интервью относится к:
а. исследовательско-образным текстам
б. оперативно-исследовательским текстам
в. исследовательско-новостным текстам
г. исследовательским текстам
д. оперативно-новостным текстам

Деятельность СМИ может быть прекращена или приостановлена на основании Закона РФ статьей:
а. тридцать третьей
б. шестнадцатой
в. шестидесятой
г. девятой

Какой жанровый признак присущ заметке?
а. Оперативность
б. Образность
в. Экспрессивность
г. Демонстрация глубинных причин явления

Информационное агентство «Рейтер» было создано в 1851 г.
а. в Англии
б. в Германии
в. в США
г. во Франции

Жанр публицистики, одним из важнейших элементов которого является предельная документальность.
а. репортаж
б. обозрение
в. заметка
г. интервью

Первый журнал в Англии назывался:
а. Ученые записки
б. Журнал ученых
в. Философские труды Королевского общества
г. Куранты

Эта характеристика несвойственна качественной прессе:
а. объективность
б. ангажированность
в. актуальность
г. контроль за достоверностью информации

Первой коммерческой радиостанцией в России стала радиостанция:
а. «Европа плюс»
б. «Наше радио»
в. «7 холмов»
г. «Маяк»

Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации закреплена в Законе РФ статьей
а. десятой
б. четвертой
в. двадцать пятой
г. сорок первой

Этот жанр журналистики не относится к информационным:

а. Заметка
б. Комментарий
в. Хроника
г. Репортаж

Автор модели коммуникации, в которой коммуникационное действие раскрывается по мере ответа на вопросы: кто? сообщает что? по какому каналу? кому? с каким эффектом?

а. Барт
б. Лассуэлл
в. Шеннон
г. Липпман

Ответы:
Журналистский (публицистический) текст от художественного отличается ...
а. интертекстуальностью
б. наличием подтекста
в. идеологической направленностью
г. актуальностью

в

Интервью относится к:
а. исследовательско-образным текстам
б. оперативно-исследовательским текстам
в. исследовательско-новостным текстам
г. исследовательским текстам
д. оперативно-новостным текстам

б

Деятельность СМИ может быть прекращена или приостановлена на основании Закона РФ статьей:
а. тридцать третьей
б. шестнадцатой
в. шестидесятой
г. девятой

б

Какой жанровый признак присущ заметке?
а. Оперативность
б. Образность
в. Экспрессивность
г. Демонстрация глубинных причин явления

а

Информационное агентство «Рейтер» было создано в 1851 г.
а. в Англии
б. в Германии
в. в США
г. во Франции

а

Жанр публицистики, одним из важнейших элементов которого является предельная документальность.
а. репортаж
б. обозрение
в. заметка
г. интервью

а

Первый журнал в Англии назывался:
а. Ученые записки
б. Журнал ученых
в. Философские труды Королевского общества
г. Куранты

в

Эта характеристика несвойственна качественной прессе:
а. объективность
б. ангажированность
в. актуальность
г. контроль за достоверностью информации

а

Первой коммерческой радиостанцией в России стала радиостанция:
а. «Европа плюс»
б. «Наше радио»
в. «7 холмов»
г. «Маяк»

а

Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации закреплена в Законе РФ статьей
а. десятой
б. четвертой
в. двадцать пятой
г. сорок первой

б

Этот жанр журналистики не относится к информационным:

а. Заметка
б. Комментарий
в. Хроника
г. Репортаж

б

Автор модели коммуникации, в которой коммуникационное действие раскрывается по мере ответа на вопросы: кто? сообщает что? по какому каналу? кому? с каким эффектом?

а. Барт
б. Лассуэлл
в. Шеннон
г. Липпман

б

Верный ответ: в б б - в зависимости от вопроса

2. Компетенция/Индикатор: ИД-1$_{ОПК-6}$ Демонстрирует знания информационно-коммуникационных технологий, используемых в PR-деятельности

Вопросы, задания

1.Зачёт

1. *Социальная и массовая информация.*
2. *Определение информации с точки зрения теории связей с общественностью, журналистики, информациологии.*
3. *Информация как атрибут материи. Роль СМИ в информационном обществе.*
4. *Виды информации.*
5. *Научно-технические и социальные предпосылки информационного взрыва. Информационное общество.*
6. *Социально-ролевые функции журналистики: общая характеристика.*
7. *Социальная роль: определение, примеры. Многообразие и структура ролей. Социальная роль личности и социальная роль прессы.*
8. *Характеристика духовно-идеологической, информационно-коммуникативной, регулирующей и производственно-экономической ролей СМИ в обществе.*
9. *Реализация социальных ролей в журналистской практике.*
10. *Факторы активизации и сдерживания эффективности СМИ.*
11. *Свобода печати: теоретические и практические аспекты; общая характеристика проблемы.*
12. *Понятие свободы печати. История лозунга свободы печати.*
13. *Подходы к трактовке свободы печати: правовой, классовой, предпринимательской.*
14. *Правовые и фактические ограничения деятельности СМИ.*
15. *Свобода печати в условиях монополизации СМИ, экономической зависимости от капитала и административного контроля властей.*
16. *Теория свободы прессы и социальной ответственности прессы.*
17. *Обратная связь в журналистике.*
18. *Аудитория, ее типология и идеология.*
19. *Взаимоотношения «журналист-аудитория» и «аудитория- журналист».*
20. *Влияние профессии на личность сотрудников СМИ.*
21. *Особенности профессии журналиста.*
22. *Профессиональные «идеологии».*
23. *Типы профессионально-психологических «идеологий».*
24. *Диалогическая модель взаимоотношений аудитории и PR-мена.*
25. *Способы психологического воздействия на массовую аудиторию: подражание, внушение, заражение и убеждение.*
26. *Основы и формы манипулирования в массовой коммуникации.*

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5
Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: 4
Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: 3
Описание характеристики выполнения знания:

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Зачёт без оценки.

4 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

Разговор по телефону как элемент профессионального общения.
Типы мышления и виды текста (классификация Е.Прониной) (на примере рекламных текстов различных видов).

Процедура проведения

Аудиторно.

I. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-З$_{ОПК-4}$ Демонстрирует умения по составлению корректных ответов на запросы общественности, поступающие в коммерческие и некоммерческие организации, а также в органы власти с учетом специфики их деятельности

Вопросы, задания

1.R-текст, текст рекламный и журналистский текст: различия в подходе к отображению действительности
Аудиосредства в PRe и рекламе.

Радиожурналистика – основные жанры и средства.
Телевизионный сценарий.

Общеполитические и специализированные газеты.
Профессии на телевидении. Репортёр на ТВ.

Типологическая структура журналов в условиях становления информационного общества.
Профессии на телевидении. Редактор и продюсер.

Анализ информационного сообщения с теоретико-методологических позиций (уровни принятия решения).
Художественно-публицистические жанры в телевизионной журналистике: характеристика; примеры. Возможности применения в PRe.

Асимметрия головного мозга и влияние её на восприятие информации.
Архетипические роли в позиционировании рекламируемого объекта (политическая сфера).

Специфика взаимодействия PR-специалиста со СМИ.
Архетипические роли в позиционировании рекламируемого объекта (коммерческая сфера).

Работа с ньюсмейкером: общие принципы, отличия в подходах к информации PR-специалиста и журналиста.
Типы мышления и виды текста (классификация Е.Прониной) (на примере публицистических текстов).

Разговор по телефону как элемент профессионального общения.
Типы мышления и виды текста (классификация Е.Прониной) (на примере рекламных текстов различных видов).

Архетипические роли в позиционировании рекламируемого объекта (сфера шоу-бизнеса).
Аналитические жанры в телевизионной журналистике: характеристика; примеры. Возможности применения в PRe.

Язык телевидения (кадр; план; ракурс; монтаж).
Информационные жанры в телевизионной журналистике: характеристика; примеры. Возможности применения в PRe.

Акцентный монтаж: характеристики; виды. Привести примеры использования данного вида монтажа.
Жанры телевизионной журналистики: общая характеристика. Примеры различных жанров.

Комфортный монтаж: характеристики; приёмы. Привести примеры использования данного вида монтажа.
Профессии на ТВ. Ведущий информационных программ. Диктор.

2. Компетенция/Индикатор: ИД-1$_{ОПК-6}$ Демонстрирует знания информационно-коммуникационных технологий, используемых в PR-деятельности

Материалы для проверки остаточных знаний

1.1.Подход полезности и удовлетворения потребностей посредством массовой коммуникации опирается на:

1.пирамиду Маслоу 2.бихевиоризм 3.структурализм 4.теорию коммуникационных эффектов

2. _____ - это набор сюжетов и проблем, считающихся наиболее важными в тот или иной отрезок времени. Выделяются ее разные уровни и виды. Личная или внутренняя _____ – это наиболее важные для самого индивида социальные и политические проблемы. Межличностная – приоритетные проблемы, обсуждающиеся с друзьями, в микрогруппе. Публичная или общественная _____ включают в себя наиболее важные проблемы для какого-то сообщества людей, например, горожан или граждан страны.
1.коммуникация 2.повестка дня 3.тема дня 4.информация

3. Компетенция/Индикатор: ИД-2$_{ОПК-7}$ Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности

Вопросы, задания

1.

ПЕЧАТНЫЕ СМИ
Газета как тип издания.
Еженедельник и ежедневная газета: общее и особенное.
Основные тенденции развития современной газетной периодики.
Общеполитические и специализированные газеты.
Журнал как тип издания.
Типологическая структура журналов в условиях становления информационного общества.
Деловая и корпоративная периодика.
Особенности планирования деятельности редакции: перспективное, среднесрочное, оперативное.

РАДИО
Аудиосредства в PR и рекламе: общая характеристика
Влияние звука на восприятие: аспекты применения звука для влияния на сознательное восприятие
Влияние звука на восприятие: аспекты применения звука для воздействия на подсознание и бессознательное
Виды звука, их характеристика и использование: а) шумы
Виды звука, их характеристика и использование: б) музыка,
Виды звука, их характеристика и использование: в) голос
Музыкальные стили в аудиорекламе и в аудиопередачах
Ритм в аудиорекламе и в аудиопередачах
Использование мелодии в аудиорекламе и в аудиопередачах
Примеры наиболее, на ваш взгляд, удачных звуковых решений в массовых коммуникациях
Примеры неудачных звуковых решений в массовых коммуникациях
Радиожурналистика – основные жанры и средства

ТВ
Специфика телевидения в ряду других средств массовой информации.
Телевидение как СМИ для самых широких слоёв общественности и его возможности для PR.
Жанры тележурналистики: информационная программа, телерепортаж, отчёт и хроника. Характеристика. Возможности для использования в PR.
Жанры тележурналистики: телеинтервью. Характеристика. Возможности для использования в PR.

Жанры тележурналистики: ток-шоу, выступление (монолог в кадре), телеочерк. Характеристика. Возможности для использования в PR.
Жанры тележурналистики: комментарий, обозрение, беседа; дискуссия. Характеристика. Возможности для использования в PR.
Жанры тележурналистики: корреспонденция («передача»), пресс-конференция на ТВ. Характеристика. Возможности для использования в PR.
Язык экрана и возможности его применения в PR.
Кадр как элемент телевизионного изображения. Медленный и быстрый кадр. Стоп-кадр и его применение в PR (например, в имиджмейкинге, позиционировании объекта в каком-то качестве или роли и т.п.).
Планы на ТВ – 6 видов. Функции и примеры.
Ракурсы на ТВ: функции; влияние на имидж.
Монтаж. Виды монтажа. Примеры использования различных видов монтажа в телевизионных жанрах. Основы режиссуры прямого эфира.
Виды съёмки с движения. Влияние их на изображение.
Профессия телевизионного оператора.

Материалы для проверки остаточных знаний

1.

1. Средство массовой информации — средство распространения информации, характеризующееся:
2.

1.обращенностью к массовой аудитории 2.эффектом заражения 3.общедоступностью 4.публичным характером 5.корпоративным характером производства и распространения информации

Институциональные изменения – результат приспособления существующих социальных институтов к развитию средств массовой коммуникации – входят в число:

1.преднамеренных эффектов массовых коммуникаций 2.непреднамеренных 3.оба варианта верны

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5
Нижний порог выполнения задания в процентах: 70
Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений

Оценка: 4
Нижний порог выполнения задания в процентах: 60
Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки

Оценка: 3
Нижний порог выполнения задания в процентах: 50
Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно.

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу