ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ ИМЕНИ ГЛАВНОГО МАРШАЛА АВИАЦИИ А.А. НОВИКОВА»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор
_____ / Ю.Ю. Михальчевский
«18» 04 _____2024 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Теория и практика массмедиа

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль)
Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе

Квалификация выпуска
бакалавр

Форма обучения
очная

Санкт-Петербург
2024

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Теория и практика массмедиа» являются:

формирование у студентов теоретических знаний о состоянии, положении и функционировании отечественной журналистики в условиях новейшей технологической революции, а также приобретение умений и практических навыков применения методологического инструментария на материале практики деятельности СМИ, профессионально-теоретического и экономико-политического содержания основной проблематики, относящейся к периодической печати, радиовещанию и телевидению, анализу взаимосвязи журналистики со смежными направлениями деятельности, прежде всего, такими как реклама и связи с общественностью.

Задачами освоения дисциплины являются:

− формирование знаний об основах теории журналистики, системы средств массовой информации и ее функционирования, со значением содержания и формы в создании произведений журналистики;

− приобретение умений анализа роли и места массовой информации в системе современной коммуникации, практике рекламы и связей с общественностью, эволюции концепций, приемов и методов массовой коммуникации, политических, литературных и типологических аспектов журналистики;

− привить навыки по подготовке и созданию информационных, информационно-аналитических, аналитических и художественно-публицистических произведений журналистики.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к маркетинговому, авторскому, организационному и проектному типам профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Теория и практика массмедиа» представляет собой дисциплину, относящуюся к обязательной части Блока 1 Дисциплины. Дисциплина «Теория и практика массмедиа» базируется на дисциплинах: «Введение в коммуникационные специальности», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы теории коммуникации».

Дисциплин является обеспечивающей для дисциплин: «Речевая коммуникация и копирайтинг в рекламе и связях с общественностью», «Основы информационно-аналитической работы», «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса».

Дисциплина изучается в 3, 4 и 5 семестрах.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (для ФГОС ВО 3++):

Код компетенции	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
ИД[1] УК-1	1. Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи. 2.Использует системный подход для решения поставленных задач.
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
ИД[1] УК-6	1.Эффективно планирует собственное время. 2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ИД[1] ОПК-5	1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях 2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
ПК-2	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ИД[1] ПК-1	1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний, специальных мероприятий, технологии копирайтинга, медиарилейшнз и медиапланирования, в продвижении и оптимизации деятельности авиакомпаний и отраслевых предприятий в интернет-среде, улучшения индексации сайтов и присутствия в социальных сервисах российских авиакомпаний и отраслевых организаций. 2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью для российских авиакомпаний и отраслевых организаций.

Планируемые результаты изучения дисциплины:

Знать:

- закономерности и этапы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач;
- основные критерии, определяющие достоинства и недостатки PR-специалиста;
- теоретические основы рекламы и связей с общественностью как коммуникационных практик; технологии рекламы и связей с общественностью;
- стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий, особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной

культуры, знает технологии медиарилейшнз и медиапланирования, основные технологии копирайтинга;

Уметь:

- выполнять поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи;
- критически оценивать свой личностный и профессиональный потенциал; выбирать наиболее оптимальные пути совершенствования и избавления от недостатков;
- применять закономерности и модели теории коммуникации при анализе технологий рекламы и связей с общественностью;
- организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры, осуществлять тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования, использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде в онлайн и онлайн среде;

Владеть:

- навыками использования системного подхода для решения поставленных задач;
- тренинговыми навыками личностного и профессионального роста;
- навыками анализа тенденций рекламной и PR-коммуникации;
-тактиками планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, технологиями медиарилейшнз и медиапланирования, копирайтинга в онлайн- и офлайн-среде.

4. Объём дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины «Теория и практика массмедиа» составляет 9 зачётных единиц, 324 академических часа.

Наименование	Всего часов	Семестры		
		3	4	5
Общая трудоемкость дисциплины	324	72	108	144
контактная работа, всего	173,3	42,3	72,5	58,5
лекции	78	14	36	28
практические занятия	88	28	36	24
семинары				
лабораторные работы				
курсовой проект (работа)	4			4
Самостоятельная работа студента	100	21	27	52
Промежуточная аттестация	53,7	8,7	8,5	33,

5 Содержание дисциплины (модуля)

5.1 Соотнесение тем (разделов) дисциплины и формируемых компетенций

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции				Образовательные технологии	Оценочные средства
		УК-1	УК-6	ОПК-5	ПК-2		
3 Семестр							
Тема 1 Понятия и термины современной науки о журналистике и СМИ	13	+	+			ВК, ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 2 Массовая информация как ключевая категория в сфере масс медиа	14	+	+		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 3 Социальное предназначение журналистики.	14	+		+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 4 Общественно-политические аспекты деятельности СМИ	14	+	+	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 5 Функции журналистики	14	+			+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 6 Коммуникативная функция как исходная функция журналистики	14	+			+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 7 Современные теории и концепции журналистики	15	+		+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Итого за 3 семестр	63						
4 семестр							
Тема 1 Предпосылки возникновения журналистики как сферы деятельности	5		+	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 2 Устные и письменные формы коммуникации в Древнем мире и европейском Средневековье	5		+	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 3 Становление и развитие зарубежной периодической печати в XVII-XVIII веках	5		+	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 4 Зарубежная периодическая печать в XIX веке	5		+	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 5 Становление и развитие российской периодической печати в	5		+	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции				Образовательные технологии	Оценочные средства
		УК-1	УК-6	ОПК-5	ПК-2		
XVII-XVIII веках							
Тема 6 Российская периодическая печать в XIX веке	5		+	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 7 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки в первой половине XX века	5		+	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 8 Журналистика России и русского зарубежья в 1900-1945 годах	5		+	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 9 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки во второй половине XX века	5		+	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 10 Развитие системы массмедиа России во второй половине XX века	5		+	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 11 Массмедиа в России и за рубежом в 2000-2020 годах	5		+	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 12 Система СМИ в современном мире	5	+	+	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 13 Особенности периодической печати, радио и телевидения	6	+		+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 14 Типология СМИ: основные принципы и особенности	6		+		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 15 Газета как тип издания	6	+			+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 16 Журнал как тип издания	6	+			+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 17 Качественные и массовые издания	7	+		+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 18 Развитие СМИ в условиях постиндустриального информационного общества	8	+	+	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Итого за 4 семестр	99						
5 семестр							
Тема 1 Экономические аспекты функционирования	8	+	+			ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции				Образовательные технологии	Оценочные средства
		УК-1	УК-6	ОПК-5	ПК-2		
СМИ							
Тема 2 Редакция как производственное учреждение	8	+	+			ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 3 Маркетинг и менеджмент в сфере массмедиа	8	+		+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 4 Журналистика как область творческой деятельности	8	+			+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 5 Методы сбора информации в журналистике	8	+	+			ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 6 Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении	8		+		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 7 Современное массово-информационное право	8		+		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 8 Закон РФ «О средствах массовой информации»	8		+		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 9 Этика журналиста	8		+		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 10 Техника и технология СМИ	8		+		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 11 Особенности организации редакционных процессов в СМИ	10	+	+			ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 12 Технические аспекты деятельности цифровых СМИ	14	+	+			ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Итого за 5 семестр	108						
Итого по дисциплине	266						
Промежуточная аттестация	54						
Всего по дисциплине	324						

Сокращения: ВК-входной контроль, ИЛ − интерактивная лекция (лекция в форме проблемной лекции), Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС− самостоятельная работа студента, У − устный опрос, Т – тест, Дс – дискуссия.

5.2 Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
3 семестр						
Тема 1 Понятия и термины современной науки о журналистике и СМИ	2	4		3		13
Тема 2 Массовая информация как ключевая категория в сфере масс медиа	2	4		3		14
Тема 3 Социальное предназначение журналистики.	2	4		3		14
Тема 4 Общественно-политические аспекты деятельности СМИ	2	4		3		14
Тема 5 Функции журналистики	2	4		3		14
Тема 6 Коммуникативная функция как исходная функция журналистики	2	4		3		14
Тема 7 Современные теории и концепции журналистики	2	4		3		15
Итого за 3 семестр	14	28		21		63
4 семестр						
Тема 1 Предпосылки возникновения журналистики как сферы деятельности	2	2		1		5
Тема 2 Устные и письменные формы коммуникации в Древнем мире и европейском Средневековье	2	2		1		5
Тема 3 Становление и развитие зарубежной периодической печати в XVII-XVIII веках	2	2		1		5
Тема 4 Зарубежная периодическая печать в XIX веке	2	2		1		5
Тема 5 Становление и развитие российской периодической печати в XVII-XVIII веках	2	2		1		5
Тема 6 Российская периодическая печать в XIX веке	2	2		1		5
Тема 7 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки в первой половине XX века	2	2		1		5
Тема 8 Журналистика России и русского зарубежья в 1900-1945 годах	2	2		1		5
Тема 9 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки во второй половине XX века	2	2		1		5
Тема 10 Развитие системы массмедиа России во второй половине XX века	2	2		1		5
Тема 11 Массмедиа в России и за рубежом в 2000-2020 годах	2	2		1		5

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 12 Система СМИ в современном мире	2	2		1		5
Тема 13 Особенности периодической печати, радио и телевидения	2	2		2		6
Тема 14 Типология СМИ: основные принципы и особенности	2	2		2		6
Тема 15 Газета как тип издания	2	2		2		6
Тема 16 Журнал как тип издания	2	2		2		6
Тема 17 Качественные и массовые издания	2	2		3		7
Тема 18 Развитие СМИ в условиях постиндустриального информационного общества	2	2		4		8
Итого за 4 семестр	36	36		27		99
5 семестр						
Тема 1 Экономические аспекты функционирования СМИ	2	2		4		8
Тема 2 Редакция как производственное учреждение	2	2		4		8
Тема 3 Маркетинг и менеджмент в сфере массмедиа	2	2		4		8
Тема 4 Журналистика как область творческой деятельности	2	2		4		8
Тема 5 Методы сбора информации в журналистике	2	2		4		8
Тема 6 Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении.	2	2		4		8
Тема 7 Современное массово-информационное право	2	2		4		8
Тема 8 Закон РФ «О средствах массовой информации»	2	2		4		8
Тема 9 Этика журналиста	2	2		4		8
Тема 10 Техника и технология СМИ	2	2		4		8
Тема 11 Особенности организации редакционных процессов в СМИ	2	2		6		10
Тема 12 Технические аспекты деятельности цифровых СМИ	6	2		6		14
Итого за 5 семестр	28	24		52		108
Итого за 3,4,5 семестры						270

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Промежуточная аттестация						54
Итого по дисциплине (модулю)						324

5.3 Содержание дисциплины

3 семестр

Тема 1. Понятия и термины современной науки о журналистике и СМИ

Процесс массовой коммуникации и СМИ. Основные понятия и термины современной науки о журналистике. Коммуникация, информация, массовая информация, средства массовой информации, массовая коммуникация, средства массовой коммуникации. Система отношений «журналист-аудитория». Газета и журнал. Особенности терминологии в области цифровых СМИ.

Тема 2. Массовая информация как ключевая категория в сфере масс медиа

Природа и сущность информации. Атрибутивные, прагматические и динамические свойства информации. Массовая информация как вид социальной информации. Информационные потребности источника информации и аудитории СМИ.

Тема 3. Социальное предназначение журналистики

Журналистика как фактор социального управления. Журналистика как социальный институт и как институт гражданского общества. Роль СМИ и журналистики как сферы деятельности в жизни современного общества.

Тема 4. Общественно-политические аспекты деятельности СМИ

Характер и пределы властных возможностей СМИ. Журналистика и политика. Информационная политика средства массовой информации. Политическая культура журналиста. Этические аспекты участия журналиста в политической и общественной жизни.

Тема 5. Функции журналистики

Функции журналистики, их обоснование. Функции журналистики по С. Корконосенко. Функции журналистики по Е. Прохорову. Коммуникативная, идеологическая и культурно-просветительская функции. Методологические функции журналистики. Взаимодействие функций. Монофункциональный и полифункциональный текст.

Тема 6. Коммуникативная функция как исходная функция журналистики

Особенности установления контакта между журналистом и аудиторией СМИ. Цель и средства общения в журналистике. Вербальная и невербальная коммуникация в среде массмедиа. Особенности применения универсальной формулы построения коммуникации Лассуэла в деятельности журналиста.

Тема 7. Современные теории и концепции журналистики

Особенности зарубежных теорий и концепций журналистики. Концепция «четыре теории прессы» Ф. Сиберта, Т. Петерсона и У. Шрамма. Концепция «четвертой власти» У. Ростоу, Д. Белла и Э. Багерстама. Концепция «демократуры» Ж. Мерме и концепция «медиакратии» Ф.-А. де Вирье. Теория «журналистского подхода» У. Фрамма и Дж. Мерилла. Манипуляция сознанием аудитории СМИ. Г. Шиллер: 5 основных мифов манипуляции сознанием. Пять подходов к критике прессы и к постановке проблемы ответственности СМИ Я. Засурского.

4 семестр

Тема 1. Предпосылки возникновения журналистики как сферы деятельности

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

Генезис журналистики. Явления протожурналистики в древности. Информация и коммуникация в контексте дописьменной культуры. Виды и формы протожурналистики. Наглядная информация. Функция знака в древности. Истоки журналистики.

Тема 2. Устные и письменные формы коммуникации в Древнем мире и европейском Средневековье

Развитие форм коммуникации в Древнем Египте и Месопотамии. Устные и письменные тексты в античной Греции и Древнем Риме. Ораторская и историческая проза. Ораторское мастерство как прообраз публицистики. Великие античные ораторы. Цицерон и его политические речи.

Эпос, история, литература, театр как формы массовой информационной деятельности Античности. Древнеримские анналы как первые периодические издания-ежегодники. Феномен протогазеты в Древнем Риме: «Acta Senatus», «Acta diurna populi Romani», «Commentarius rerum novarum». Китайские протогазеты.

Тема 3. Становление и развитие зарубежной периодической печати в XVII-XVIII веках

Особенности развития коммуникации в условиях западноевропейского средневековья. Формирование жанра раннехристианских проповедей (Exempla). Средневековая историография. Книги, летописи, хроники, рукописи как информационные средства. Библия как важнейший фактор информационных процессов средних веков в христианском мире. Роль университетов в развитии коммуникационных процессов.

Гуманизм эпохи Возрождения и риторика. Культура и идеология Реформации. Книга как форма массовой информации. Изобретение бумаги и развитие бумажного производства в Азии и Европе.

Изобретение книгопечатания как поворотный пункт в истории журналистики. Отработка технологии книгопечатного дела, первые типографии. Первые печатные издания. Их влияние на информационные процессы.

Становление национальных систем периодической печати зарубежных стран. Возникновение и развитие различных типов периодических изданий в Европе. Первые ежегодники и еженедельники XVII в. в Германии и Италии. Научные журналы XVII века. Пресса и власть. «Gazette» Т. Ренодо. Формирование института цензуры в странах Западной Европы.

Эпоха Просвещения и журналистика. Борьба за свободу прессы. Теории свободы печати. Развитие типологии периодических изданий. Совершенствование технологии газетного производства.

Журналистика в буржуазных революциях. Великая французская революция и пресса. Периодическая печать Франции при Наполеоне. Американская война за независимость и становление политической прессы в США. Взаимовлияние публицистики и политики в Великобритании, США и Франции: сходства и различия.

Тема 4. Зарубежная периодическая печать в XIX веке

Становление международной коммуникации. Новые технологии газетного дела, изобретение телеграфа. Появление массовых изданий как результат демократизации жизни общества в странах Западной Европы и США. Формирование элитной и массовой прессы: издатели и журналисты в борьбе за аудиторию. «Персональный» и «новый» журнализм. Развитие ежедневной прессы. Становление «желтой» журналистики. Становление законодательства о печати. Коммерциализация журналистики. Формирование тенденции монополизации и концентрации печати. Первые газетные монополии.

Возникновение информационных агентств. Три мировых агентства: Гавас, Вольф, Рейтер. Особенности создания информационных агентств в США. Становление «Associated press». Развитие газетно-журнального дела на стыке двух веков в Европе и США.

Тема 5. Становление и развитие российской периодической печати в XVII-XVIII веках

Предыстория печати на Руси. «Вести-Куранты» (1600–1702) как прообраз газеты. Источники информации. Первая русская печатная газета «Ведомости» (1702–1727) как одно из средств пропаганды петровских реформ. Петр I как редактор и автор «Ведомостей».

Журналистика 1730–50-х гг. Академия наук как издатель и цензор. Газета «Санкт-Петербургские ведомости» (с 1727 г.) и приложения к ней. «Месячные исторические, генеалогические и географические примечания» (1728–1742).

М.В. Ломоносов как публицист и редактор. «Рассуждение о должности журналиста» (1754). «Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие» (1755–1764). Издания Московского университета.

Возникновение первых частных журналов в 1759 году. «Трудолюбивая пчела» А.П. Сумарокова. Сатирические журналы 1769–74 гг. «Всякая всячина» (1769–1770) Екатерины II и «Трутень» (1769–1770) Н.И. Новикова. Новиков — просветитель. Московские издания Новикова и особенности их типологии. Публицистика Е.Р. Дашковой и ее журнал «Собеседник любителей российского слова» (1783–1784). Н.М. Карамзин — издатель и редактор нового типа. «Московский журнал» (1791–1792).

Тема 6. Российская периодическая печать в XIX веке

Журналистика в первые годы XIX века: реформы Александра I, отмена цензурных ограничений. Цензурный устав 1804 года. «Вестник Европы» (1802–1830) — первый общественно-политический журнал в России. Русская журналистика в период Отечественной войны 1812 года. «Сын отечества» (с 1812 г.) Н.И. Греча — самый популярный журнал в России.

Журналистика эпохи декабристского движения. Нелегальная публицистика декабристов. Легальные журналы декабристов и их сотрудничество в официальной печати. Альманахи декабристов.

Журналистика в 1826–30-е годы. «Чугунный» цензурный устав 1826 года. Охранительная печать. Издания «триумвирата». «Московский телеграф» (1825–1834) Н.А. Полевого как тип энциклопедического журнала. А.С. Пушкин — журналист и редактор. Его участие в изданиях 1820-х годов. «Литературная газета» (1830–1831). Журнал «Современник» при Пушкине (1836–1837).

Русская журналистика 1840-х годов. Общественно-политические условия. Западники и славянофилы. «Мрачное семилетие» (1848–1855) и русская журналистика.

Журналистика 1860-х годов. Новый закон о печати 1865 года. Вольная русская пресса за границей. Журналы «Современник» и «Русское слово» (1859–1866). Периодика славянофилов и почвенников. Газеты 1860-х годов.

Журналистика 1870–80-х годов. Рост газетной периодики и развитие издательского дела (М.О. Вольф, А.Ф. Маркс, А.С. Суворин). Первые российские телеграфные агентства – РТА, МТА, СТА.

Журналистика 1890-х годов. Особенности типологии изданий. Ориентация на массового читателя. Издания социалистов. Журналисты и издатели конца XIX – начала XX века и их роль в развитии типологии русской периодики. Три «короля шестой державы» — рецензент С.В. Флеров, фельетонист В.М. Дорошевич и репортер В.А. Гиляровский. Издательская деятельность И.Д. Сытина, П.П. Сойкина и Н.И. Пастухова.

Тема 7. Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки в первой половине XX века

Журналистика и политика. Первая мировая война и журналистика. Индустриализация газетно-журнального производства. Газетно-журнальные концерны. Появление новых каналов информации: радиовещание и телевидение. Информация и коммуникация в условиях формирования массовой культуры. Особенности развития СМИ стран Азии и Африки: зависимость от государства и религии. Реклама в СМИ разных стран как одно из главных средств дохода. Политическая дифференциация прессы.

Журналистика стран Запада и Востока в годы второй Мировой войны. Методы нацистской пропаганды. Военная цензура и СМИ. Антифашистская печать, радиовещание и кино в 30-е годы. Послевоенный период в истории мировых СМИ: восстановление и перестройка. СМИ Запада в условиях «холодной» войны.

Тема 8. Журналистика России и русского зарубежья в 1900-1945 годах

Система периодической печати в начале двадцатого века. Первая русская революция 1905 года и журналистика. Роль рекламы в периодике. Правовое положение журналистов. Первые журналистские организации. Периодические издания политических партий. Журналистика периода Первой мировой войны (1914–1917 гг.).

Февральская революция и журналистика. Борьба за контроль над печатью. Печать и радио в дни Октябрьского переворота. Декрет «О печати». Формирование системы однопартийной журналистики. Гражданская война и журналистика. Красный и белый террор. Журналистика белого движения. Ее типологические особенности и содержание. Отделы пропаганды и агитационные отделения. «Кочующие» издания.

Журналистика русского зарубежья. Русская интеллигенция в условиях эмиграции. Главные центры эмиграции. «Русский Берлин» начала 1920-х годов: издательства и периодика. Париж как центр русской эмигрантской журналистики 1920–40-х гг. Газета «Последние новости».

Нэп и журналистика. Кризис в печати и Декрет «О введении платности газет» (1921 г.). Рост числа частных издательств. Развитие рабселькоровского движения. Становление системы радиовещания в первой половине 20-х годов. Организация Телеграфного агентства Советского Союза (ТАСС) в июле 1925 года и его роль в формировании имиджа государства.

Журналистика в годы первой пятилетки (1928–1932 гг.). Роль журналистики в проведении индустриализации и коллективизации. Массовая пресса ГУЛАГа (тюремно-лагерная печать) в 30-е годы.

Военные конфликты (Халхин-Гол, Испания, Финляндия) и печать. Основные темы печати и радио в 1941–45 гг. Роль радио в информировании населения. «Совинформбюро» как новый информационный орган. Развитие сети военных изданий. Партизанская, подпольная и самодеятельная печать.

Особенности проблематики периодической печати в первые послевоенные годы. Ужесточение партийного контроля над средствами массовой информации. Становление университетской системы подготовки журналистских кадров.

Тема 9. Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки во второй половине XX века

Особенности законодательства в области средств массовой информации в разных странах мира. Политические аспекты развития журналистики в 1945-1980гг.

Появление рынка СМИ в странах Азии и Африки. Становление телевидения как самого оперативного канала СМИ. Мировые информационные агентства, печатные и электронные СМИ. СМИ как инструмент конфронтации.

СМИ развитых и развивающихся стран мира. Журналистика в современном обществе и ее взаимодействие с экономикой, государством, партиями, религией. Технологическая революция и журналистика. Новые технологии и печать.

Развитие процесса концентрации СМИ. Транснациональные медиа-корпорации. Р. Мердок – «самый влиятельный человек в мире». Американские и английские медиа-империи. Экономические факторы развития СМИ стран Западной Европы и США в 1970 - 1985 гг. Основные тенденции развития журналистики стран восточной Европы в 1990-е гг. СМИ стран Азии: общие тенденции и национальная специфика. Научные исследования в области СМИ в Западной Европе и США. Развитие средств передачи и распространения информации в начале XXI века.

Тема 10. Развитие системы массмедиа России во второй половине XX века

Средства массовой информации в 1954–64 годах. XX съезд КПСС (1956 г.). Попытки реформирования общества. Ослабление цензуры. Создание агентства печати «Новости» (АПН) в 1961 году как общественного информационного органа. Роль радио и телевидения в системе СМИ. Организация в 1957 г. Государственного комитета по телевидению и радиовещанию. Становление системы жанров электронных средств массовой информации. Своеобразие публицистики эпохи «оттепели».

Изменения в руководстве страной после Октябрьского пленума ЦК КПСС (1964 г.). Ужесточение цензуры и постепенная бюрократизация системы

управления журналистикой. Централизация управления СМИ. Рост числа и тиражей печатной периодики. Самиздат. Развитие радиовещания и телевидения. Организация национального радио- и телевещания. Программа «Время» (с 1968 г.).

Изменения в системе СМИ после Апрельского пленума ЦК КПСС (1985 г.). Перестройка и журналистика. Демократизация в управлении СМИ. Закон «О печати и других средствах массовой информации» (1990 г.). Появление первых независимых информационных агентств («Интерфакс», «Постфактум», «ИМА-пресс»).

Август 1991 года и печать. Попытки цензурных ограничений. Российский закон о СМИ 1991 г. Дифференциация СМИ. Создание новых типов изданий. СМИ в условиях ухудшения экономической ситуации.

Создание издательств на частной и акционерной основе. Изменение структуры телерадиовещания. Акционирование государственных телецентров. Появление частных FM-радиостанций. Журналистика и Интернет.

Тема 11. Массмедиа в России и за рубежом в 2000-2020 годах

Новые технологии и печать. Массмедиа в рамках формирования постиндустриального информационного общества. Глобализация информационного пространства. СМИ зарубежных стран в условиях информационной революции.

Мировые информационные агентства. Феномен «всемирного телевидения». Применение интернет-технологий в деятельности СМИ. Развитие блогосферы. Цифровые и мобильные технологии в журналистике. Изменения в области типологии и жанрообразования. Становление «экранной», послеписьменной культуры.

Тема 12. Система СМИ в современном мире

Средства массовой информации в мировом информационном пространстве. Основные тенденции развития системы СМК и СМИ в условиях постиндустриального информационного общества. Глобализация как феномен медиасферы конца XX-начала XXI веков. Конвергенция СМИ как тренд начала XXI века. Создание «конвергентных» СМИ.

Монополизация и концентрация медиаресурсов. Деятельность медиамагнатов в рамках медиабизнеса. Цифровая революция в журналистике. Роль блогосферы, мессенджеров и социальных сетей в становлении СМИ нового формата. Инфраструктура средств массовой информации: информационные агентства и службы, пресс-службы, пресс-центры и службы связей с общественностью.

Тема 13. Особенности периодической печати, радио и телевидения

Система средств массовой информации России в начале XXI века. Периодическая печать, радио и телевидение как традиционные компоненты системы СМИ. Падение интереса аудитории к печатной периодике как

результат развития цифровых и мобильных технологий. Печатные и электронные версии газет и журналов.

Выразительные средства радио и телевидения как СМИ. Спутниковое и кабельное телевидение. Дифференциация электронных СМИ. Радио и телевидение как СМК и СМИ. Роль рекламы в деятельности печатных и электронных СМИ.

Тема 14. Типология СМИ: основные принципы и особенности

Понятие «типа издания» как единицы расчленения. Главные принципы деления в рамках типологии журналистики. Типологические характеристики современных газет, журналов и альманахов. Типологические особенности деловой прессы. Самомаркировка в печатных и электронных СМИ.

Тема 15. Газета как тип издания

Формат современной газеты. Типологические характеристики газетной периодики. Пять основных типологических признаков газеты. Ежедневные и не ежедневные газеты. Феномен воскресной газеты. Общенациональные, надрегиональные, региональные и местные газеты. Утренние и вечерние газеты.

Традиции советской системы СМИ в деятельности современных российских газет. Центральная и районная пресса. Корпоративная периодика как часть системы СМИ. Особенности аудитории ежедневных газет.

Тема 16. Журнал как тип издания

Типологические характеристики журнальной периодики. Дифференциация периодических изданий журнального типа. Особенности дифференциации журналов для женской аудитории.

Глянцевые журналы как феномен журналистики второй половины XX века. Судьба глянцевого журнала в условиях цифровой революции. Отраслевые журналы и их перспективы в рамках постиндустриального информационного общества.

Тема 17. Качественные и массовые издания

Качественные, качественно-массовые и массовые газеты.

Основные типологические признаки качественной газеты. Качественная газета как издание для элитарной аудитории. Формат, объем, структура качественной прессы. Горизонтальная и вертикальная верстка. Формы обратной связи с аудиторией.

Аудитория массовой газеты. Формат, объем, структура массовой прессы. «Желтая» пресса как тип массовой газеты.

Тема 18. Развитие СМИ в условиях постиндустриального информационного общества

Влияние концепций постиндустриального и информационного общества на деятельность СМИ. Роль информации и информационной безопасности в рамках формирования постиндустриального информационного общества.

Информационное воздействие на сознание аудитории. Зависимость индивида от информационного потока. Информация как средство достижения цели и восприятие информации как конечной цели в условиях информационного общества.

5 семестр

Тема 1. Экономические аспекты функционирования СМИ

Интервенция частного капитала в журналистику. Журналистская информация как товар. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции. Изучение информационного рынка. Поиск оптимальной финансовой модели СМИ.

Тема 2. Редакция как производственное учреждение.

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

Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке России.

Тема 3. Маркетинг и менеджмент в сфере массмедиа

Планирование и методы маркетинга. Служба маркетинга. Бюджет редакции печатного периодического издания. Особенности бюджета телерадиокомпании и информационного агентства. Современный менеджмент и СМИ. Виды и формы распространения печатного периодического издания.

Тема 4. Журналистика как область творческой деятельности

Редакторский, организаторский и авторский виды журналистской деятельности. Журналист как творческая личность. Формы осуществления редакционной политики средствами массовой информации. Актуальность и оперативность как понятия, определяющие качества массовой информации.

Научный, художественный и публицистический виды творчества и их презентация СМИ в повседневной практике. Содержание и форма в публицистическом творчестве.

Тема 5. Методы сбора информации в журналистике

Эмпирические методы сбора информации. Интервью и беседа. Эксперимент. Метод наблюдения. Метод включенного наблюдения как

наиболее эффективное средство для получения информации при проведении журналистского расследования.

Эмпирико-теоретические методы сбора информации в журналистике. Работа с документами. Опрос и анкетирование. Работа с интернет-ресурсами и цифровыми базами данных.

Краудсорсинг и RSS-каналы как новые методы сбора информации в журналистике. Дрон-журналистика.

Тема 6. Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении

Информационные жанры: общая характеристика. Информационная заметка и ее виды. Отчет. Репортаж. Интервью (виды и особенности).

Аналитические жанры: общая характеристика. Комментарий. Корреспонденция. Статья. Обозрение.

Художественно-публицистические жанры: общая характеристика. Очерк и его разновидности. Фельетон. Эссе. Памфлет. Зарисовка.

Тема 7. Массово-информационное право и этика журналиста

Правовое поле СМИ. Юридические аспекты свободы журналистики. Законодательство России о СМИ и концепция свободы печати. Источники права СМИ: конституция, международные договоры, законы, указы президента и постановления правительства. Конституция РФ: свобода слова, информации, совести. Соответствие норм российской Конституции о свободе информации документам ООН и Совета Европы: Всеобщей декларации прав человека (1948 г.), Международного пакта о гражданских и политических правах (1966 г.), Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод (1953 г.). Основные элементы свободы массовой информации: свобода искать, получать, хранить и распространять информацию. Разграничение полномочий в сфере массовой информации между федеральными и местными органами власти. Законотворчество о СМИ в субъектах Российской Федерации. Роль Верховного и Конституционного судов в правовом регулировании деятельности СМИ.

Тема 8. Закон РФ «О средствах массовой информации»

Закон РФ «О средствах массовой информации» (1991 г.): общая характеристика. Основные понятия, используемые в законе. Учреждение и регистрация СМИ. Понятие учредителя. Редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные права и обязанности. Договор между учредителем и редакцией. Редакционный устав, содержание и процедура принятия. Особенности трудовых отношений в редакционных коллективах.

Злоупотребление свободой массовой информации. Запрет использования СМИ для призывов к насильственному изменению конституционного строя и целостности государства, для возбуждения национальной, классовой, социальной или религиозной нетерпимости или розни, для пропаганды войны.

Предупреждения регистрирующего органа и порядок прекращения деятельности СМИ.

Тема 9. Этика журналиста

Этика профессиональная и служебная как важнейший момент профессионального становления. Кодекс профессиональной этики российского журналиста как концентрация профессионально-этических основ журналистской деятельности. Журналист и источники информации.

Тема 10. Техника и технология СМИ

Материально-технические средства производства периодических изданий. Основы современного полиграфического производства, средства полиграфического воспроизведения текста. Шрифты и их классификация. Компьютерная технология в полиграфическом производстве. Специфика печати газет и журналов. Виды печати. Офсетный способ печати. Виды печатных машин. Технология изготовления печатных форм. Современные настольные издательские системы.

Тема 11. Особенности организации редакционных процессов в СМИ

Организация редакционных процессов при выпуске печатных СМИ. Требования техники безопасности и охраны окружающей среды. Технические средства печатных СМИ, радиовещания и телевидения. Организация работы ньюсрума на телевидении.

Тема 12. Технические аспекты деятельности цифровых СМИ

Процессы интеграции и конвергенции в рамках деятельности цифровых СМИ. Интерактивные способы обратной связи с аудиторией.

Мультиплатформенность и мультиканальность. Журналистика дополненной и виртуальной реальности. Дата-журналистика. Сторителлинг в мультимедийной журналистике. Организация работы мультимедийной редакции.

5.4 Практические занятия (семинары)

Номер темы дисцип-лины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
	3 семестр	
1	Практическое занятие № 1 Система отношений «журналист-аудитория».	2
1	Практическое занятие № 2 Особенности терминологии в области цифровых СМИ.	2
2	Практическое занятие № 3 Атрибутивные, прагматические и динамические свойства информации.	2

Номер темы дисцип-лины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
2	Практическое занятие № 4 Информационные потребности источника информации и аудитории СМИ.	2
3	Практическое занятие № 5 Журналистика как социальный институт и как институт гражданского общества.	2
3	Практическое занятие № 6 Роль СМИ и журналистики как сферы деятельности в жизни современного общества.	2
4	Практическое занятие № 7 Информационная политика средства массовой информации.	2
4	Практическое занятие № 8 Этические аспекты участия журналиста в политической и общественной жизни.	2
5	Практическое занятие № 9 Взаимодействие функций.	2
5	Практическое занятие № 10 Монофункциональный и полифункциональный текст.	2
6	Практическое занятие № 11 Цель и средства общения в журналистике.	2
6	Практическое занятие № 12 Особенности применения универсальной формулы построения коммуникации Лассуэла в деятельности журналиста.	2
7	Практическое занятие № 13 Концепция «четвертой власти» У. Ростоу, Д. Белла и Э. Багерстама.	2
7	Практическое занятие № 14 Концепция «демократуры» Ж. Мерме и концепция «медиакратии» Ф.-А. де Вирье.	2
Итого за семестр:		28
4 семестр		
1	Практическое занятие № 1 Информация и коммуникация в контексте дописьменной культуры.	2
2	Практическое занятие № 2 Ораторское мастерство как прообраз публицистики.	2
3	Практическое занятие № 3 Изобретение книгопечатания как поворотный пункт в истории журналистики.	2
4	Практическое занятие № 4 Три мировых агентства: Гавас, Вольф, Рейтер.	2
5	Практическое занятие № 5 Петр I как редактор и автор «Ведомостей».	2
6	Практическое занятие № 6 Три «короля шестой державы» — рецензент С.В. Флеров, фельетонист В.М. Дорошевич и репортер В.А. Гиляровский.	2

Номер темы дисцип-лины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
7	Практическое занятие № 7 Первая мировая война и журналистика.	2
8	Практическое занятие № 8 Печать и радио в дни Октябрьского переворота.	2
9	Практическое занятие № 9 Развитие средств передачи и распространения информации в начале XXI века.	2
10	Практическое занятие № 10 Перестройка и журналистика.	2
11	Практическое занятие № 11 Цифровые и мобильные технологии в журналистике.	2
12	Практическое занятие № 12 Роль блогосферы, мессенджеров и социальных сетей в становлении СМИ нового формата.	2
13	Практическое занятие № 13 Печатные и электронные версии газет и журналов.	2
14	Практическое занятие № 14 Типологические особенности деловой прессы.	2
15	Практическое занятие № 15 Особенности аудитории ежедневных газет.	2
16	Практическое занятие № 16 Отраслевые журналы и их перспективы в рамках постиндустриального информационного общества.	2
17	Практическое занятие № 17 «Желтая» пресса как тип массовой газеты.	2
18	Практическое занятие № 18 Роль информации и информационной безопасности в рамках формирования постиндустриального информационного общества.	2
Итого за семестр:		36
	5 семестр	
1	Практическое занятие № 1 Журналистская информация как товар.	4
2	Практическое занятие № 2 Инструментарий современного журналиста.	4
3	Практическое занятие № 3 Бюджет редакции печатного периодического издания.	4
4	Практическое занятие № 4 Журналист как творческая личность.	4
5	Практическое занятие № 5 Работа журналиста с интернет-ресурсами и цифровыми базами данных.	4
6	Практическое занятие № 6 Интервью (виды и особенности).	4
7	Практическое занятие № 7 Законотворчество о СМИ в субъектах Российской Федерации.	4
8	Практическое занятие № 8 Редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные	4

Номер темы дисцип-лины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
	права и обязанности.	
9	Практическое занятие № 9 Кодекс профессиональной этики российского журналиста.	4
10	Практическое занятие № 10 Шрифты и их классификация.	4
11	Практическое занятие № 11 Организация работы ньюсрума на телевидении.	6
12	Практическое занятие № 12 Сторителлинг в мультимедийной журналистике.	6
Итого за 5 семестр		24
Итого за 3,4,5 семестры		88
Итого по дисциплине модулю		88

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисцип-лины	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
3 семестр		
1	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	3
2	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [1], [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	3
3	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [3], [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	3
4	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	3
5	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	3
6	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6]	3

Номер темы дисцип-лины	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
	2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	
7	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	3
Итого за 3 семестр		21
4 семестр		
1	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
2	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [3], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	1
3	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
4	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
5	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [3], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	1
6	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
7	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
8	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
9	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
10	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3]	1

Номер темы дисцип-лины	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
	2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	
11	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
12	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
13	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
14	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
15	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
16	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
17	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	3
Итого за 4 семестр		27
5 семестр		
1	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
2	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
3	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным	4

Номер темы дисцип-лины	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
	вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	
4	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
5	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
6	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
7	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
8	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
9	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
10	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
11	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	6
12	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	6
Итого за 5 семестр		52
Итого за 3,4 и 5 семестры:		100
Итого по дисциплине (модулю):		100

5.7 Курсовые работы

Наименование этапа выполнения курсовой работы (проекта)	Трудо-емкость (часы)
Этап 1. Выдача задания на курсовую работу (проект)	2
Этап 2 Защита курсовой работы	2
Итого за семестр	4

Примерный перечень тем курсовых работ

1 Общие и специальные требования к рекламе в СМИ: теоретические положения и проблемы практической реализации (на основе Федерального Закона «О рекламе»).

2 Свобода массовой информации, недопустимость цензуры, порядок регистрации средства массовой информации, его учредители (на основе Федерального Закона «О средствах массовой информации»).

3 Права и обязанности журналиста, порядок аккредитации (на основе Федерального Закона «О средствах массовой информации»).

4 Отказ или отсрочка в предоставлении информации, ответственность за ущемление свободы массовой информации (на основе Федерального Закона «О средствах массовой информации»).

5 Социальное предназначение прессы.

6 Воспитательные, познавательные, организационные и пропагандистские функции журналистики.

7 Доступ к информации и пресса.

8 Новые СМИ и изменение законодательства в области медиа.

9 Новые и традиционные СМИ: преимущества и недостатки.

10 Средства массовой коммуникации и средства массовой информации.

11 Политическая журналистика и предвыборные технологии (на примере выборов).

12 FM-радиостанции Санкт-Петербурга: методы завоевания аудитории.

13 Феномен корпоративного издания и многотиражная пресса.

14 Журналистские расследования в прессе и на телевидении в современной России.

15 Тема в журналистском произведении: выбор темы, ее разработка и реализация.

16 Сюжет и композиция в журналистском произведении.

17 Российские СМИ в Интернете: дизайн, оформление и содержательные аспекты размещения сайтов.

18 Факт и новость в журналистском произведении.

19 Ведущие информационные агентства России (практическая часть – характеристика какого-либо одного агентства).

20 Заметка и хроника как жанры журналистского творчества.

21 Жанр интервью в современных СМИ.

22 Тема экологической безопасности в СМИ: природоохранные проблемы и пути их решения (сравнительный анализ на примере 1-2, или нескольких СМИ).

23 Темы экономики, финансов и бизнеса в современной прессе: проблемы авторской компетентности и качества журналистских материалов.

24 Участие журналистов в политических и PR-кампаниях: проблемы независимости и творческой этики.

25 Типы телевизионных программ: многообразие форм и методов ведения, особенности содержания.

26 Проблема ведущего на современном российском телевидении.

27 Газета «Комсомольская правда» как массовое издание.

28 Радиостанции FM-диапазона: общее и частное в практике вещания.

29 Задачи, функции и практика некоммерческого радиовещания (на примерах Радио России, радио «Маяк», радио «Петербург» и других).

30 Лексика и стиль современной прессы (на примере любых периодических офлайн- и онлайн-изданий, программ телевидения и радио).

31 Общественно-политическая газета вчера и сегодня: назначение, идеология, редакционная политика.

32 Современная молодежная пресса: основные темы, стилевые особенности, лексика, формы подачи материалов (сравнительный анализ двух или нескольких офлайн- или онлайн-изданий).

33 Современные женские издания: основные темы, стилевые особенности, лексика, формы подачи материалов (сравнительный анализ двух или нескольких офлайн- или онлайн-изданий).

34 Деловые медиа: стилевые особенности, лексика, тематика и содержание.

35 Информационные программы на телевидении: манера ведения, жанровые особенности, репортажная насыщенность, прямые включения (сравнительный анализ на примерах любых информационных программ).

36 Средства массовой информации о событиях в «горячих точках»; требования, предъявляемые к работе журналиста в экстремальных ситуациях и в условиях боевых действий, принципы нейтралитета и гуманности.

37 Проблема независимости СМИ в истории России и в наши дни.

38 Освещение вопросов социальной защиты в современной журналистике.

39 Идеологические и политические функции СМИ (на примере медиа-ресурсов политических партий и движений).

40 Проблема плюрализма мнений в обществе, журналистика как инструмент формирования общественного мнения.

41 Видные российские журналисты дореволюционного периода (на примере деятельности какого-либо журналиста).

42 Пресс-конференция и брифинг: сходство и различие.

43 Этика во взаимоотношениях с журналистами.

44 Особенности использования средств массовой коммуникации в кризисных коммуникациях.

45 Критерии эффективности взаимоотношений PR-структур со СМИ.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1 Ахмадулин, Е. В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Е. В. Ахмадулин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15560-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/537518, свободный (дата обращения: 21.03.2024).

2 Колесниченко, А. В. Основы журналистской деятельности : учебное пособие для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05559-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/540215, свободный (дата обращения: 21.03.2024).

3 Политическая журналистика : учебник для вузов / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под редакцией С. Г. Корконосенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00255-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536178, свободный (дата обращения: 21.03.2024).

б) дополнительная литература:

4 Ахмадулин, Е. В. История отечественной журналистики XX века : учебник для вузов / Е. В. Ахмадулин, Р. П. Овсепян. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 382 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06535-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535801, свободный (дата обращения: 21.03.2024).

5 Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/537154, свободный (дата обращения: 21.03.2024).

6 Шостак, М. И. Новостная журналистика. Новости прессы : учебник и практикум для вузов / М. И. Шостак. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/537517, свободный (дата обращения: 21.03.2024).

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

7 Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.online-science.ru/, свободный (дата обращения: 29.03.2024).

8 Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.isras.ru/, свободный (дата обращения: 29.03.2024).

9 Aviation Explorer [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.aex.ru/, свободный (дата обращения: 29.03.2024).

10 Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.favt.ru/, свободный (дата обращения: 29.03.2024).

11 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/, свободный (дата обращения: 29.03.2024).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

12 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультатнт Плюс. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/, свободный (дата обращения: 29.03.2024).

13 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://elibrary.ru/, свободный. (Дата обращения: 29.03.2024).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3
«Теория и практика массмедиа»	Ауд. 306 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Комплект учебной мебели (24 места) Мультимедийный проектор	196210, г. Санкт-Петербург, ул. Пилотов, дом 38, лит. А

	Mitsubishi XD 490U Ноутбук HP 15.6’ Экран Projecta ProStar 183*240 Доступ в сеть Интернет	

8. Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Теория и практика массмедиа» предполагает использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.

Традиционная лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия состояния и перспектив теории межличностной коммуникации в современных условиях. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируется их активная познавательная деятельность.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который может сопровождаться одновременной демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные материалы.

Интерактивные лекции в форме проблемных лекций характеризуются освоением компетенций, которые реализуется в ходе решения определенной проблемы или группы проблем посредством механизма дискуссии. Проблемные лекции проводятся по всем темам дисциплины (трудоемкость – 14 академических часов). Интерактивная лекция может сопровождаться демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно иллюстрационные материалы.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий – закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобретение начальных практических навыков межличностной коммуникации. Семинар предназначен для более глубокого освоения и анализа тем, изучаемых в рамках данной дисциплины.

Самостоятельная работа студента (обучающегося) является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями и научно-популярной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий.

Все задания, выносимые на самостоятельную работу, выполняются студентом либо в конспекте, либо на отдельных листах формата А4 (по указанию преподавателя). Контроль выполнения заданий, выносимых на самостоятельную работу, осуществляет преподаватель в рамках учебных часов, отведенных учебным планом на практическое занятие.

9. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Фонд оценочных средств дисциплины «Теория и практика массмедиа» представляет собой комплекс методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, задачами использования фонда оценочных средств является осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме экзамена.

Фонд оценочных средств дисциплины «Теория и практика массмедиа» включает: устные опросы, тесты, дискуссии

Устный опрос проводится на каждом семинаре в течение 5-10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, изложенного на лекции. Перечень вопросов определяется вопросами, изученными на лекции (пункт 5.1).

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося (пункт 5.1.).

Дискуссия – целенаправленный и упорядоченный обмен идеями, суждениями, мнениями в группе ради формирования мнения каждым участником или поиска истины. Проводится в процессе проблемной лекции.

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета, зачета с оценкой, экзамена в конце 3, 4 и 5 семестров и защиты курсовой работы.

Зачет, зачет с оценкой и экзамен позволяют оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачет, зачет с оценкой и экзамен предполагают ответы на теоретические вопросы.

К моменту сдачи зачета, зачета с оценкой и экзамена должны быть благополучно пройдены предыдущие формы контроля.

Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает посещаемость, активность студентов на занятиях, правильность ответов во время устных опросов, выполнение самостоятельных заданий.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

Применение балльно-рейтинговой системы оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса данной рабочей программой не предусмотрено.

9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Устный опрос оценивается следующим образом:

«зачтено»: обучающийся дает ответ на поставленный вопрос по существу и правильно отвечает на уточняющие вопросы;

«не зачтено»: обучающийся отказывается отвечать на поставленный вопрос, либо отвечает на него неверно и при формулировании дополнительных (вспомогательных) вопросов.

Дискуссия оценивается:

«зачтено»: обучающийся демонстрирует полное или частичное понимание проблемы;

«не зачтено»: обучающийся демонстрирует непонимание проблемы.

Тестирование оценивается:

Критерии оценки тестирования приведены в таблице.

Оценка	Правильно выполненных заданий в %	Примечание
5, «отлично»	80% и более	
4, «хорошо»	60% – 79%	
3, «удовлетворительно»	50% – 59%	пороговый – 50%
2, «неудовлетворительно»	менее 50%	

9.3 Темы курсовых работ по дисциплине

Примерный перечень тем курсовых работ

1 Общие и специальные требования к рекламе в СМИ: теоретические положения и проблемы практической реализации (на основе Федерального Закона «О рекламе»).

2 Свобода массовой информации, недопустимость цензуры, порядок регистрации средства массовой информации, его учредители (на основе Федерального Закона «О средствах массовой информации»).

3 Права и обязанности журналиста, порядок аккредитации (на основе Федерального Закона «О средствах массовой информации»).

4 Отказ или отсрочка в предоставлении информации, ответственность за ущемление свободы массовой информации (на основе Федерального Закона «О средствах массовой информации»).

5 Социальное предназначение прессы.

6 Воспитательные, познавательные, организационные и пропагандистские функции журналистики.

7 Доступ к информации и пресса.

8 Новые СМИ и изменение законодательства в области медиа.

9 Новые и традиционные СМИ: преимущества и недостатки.

10 Средства массовой коммуникации и средства массовой информации.

11 Политическая журналистика и предвыборные технологии (на примере выборов).

12 FM-радиостанции Санкт-Петербурга: методы завоевания аудитории.

13 Феномен корпоративного издания и многотиражная пресса.

14 Журналистские расследования в прессе и на телевидении в современной России.

15 Тема в журналистском произведении: выбор темы, ее разработка и реализация.

16 Сюжет и композиция в журналистском произведении.

17 Российские СМИ в Интернете: дизайн, оформление и содержательные аспекты размещения сайтов.

18 Факт и новость в журналистском произведении.

19 Ведущие информационные агентства России (практическая часть – характеристика какого-либо одного агентства).

20 Заметка и хроника как жанры журналистского творчества.

21 Жанр интервью в современных СМИ.

22 Тема экологической безопасности в СМИ: природоохранные проблемы и пути их решения (сравнительный анализ на примере 1-2, или нескольких СМИ).

23 Темы экономики, финансов и бизнеса в современной прессе: проблемы авторской компетентности и качества журналистских материалов.

24 Участие журналистов в политических и PR-кампаниях: проблемы независимости и творческой этики.

25 Типы телевизионных программ: многообразие форм и методов ведения, особенности содержания.

26 Проблема ведущего на современном российском телевидении.

27 Газета «Комсомольская правда» как массовое издание.

28 Радиостанции FM-диапазона: общее и частное в практике вещания.

29 Задачи, функции и практика некоммерческого радиовещания (на примерах Радио России, радио «Маяк», радио «Петербург» и других).

30 Лексика и стиль современной прессы (на примере любых периодических офлайн- и онлайн-изданий, программ телевидения и радио).

31 Общественно-политическая газета вчера и сегодня: назначение, идеология, редакционная политика.

32 Современная молодежная пресса: основные темы, стилевые особенности, лексика, формы подачи материалов (сравнительный анализ двух или нескольких офлайн- или онлайн-изданий).

33 Современные женские издания: основные темы, стилевые особенности, лексика, формы подачи материалов (сравнительный анализ двух или нескольких офлайн- или онлайн-изданий).

34 Деловые медиа: стилевые особенности, лексика, тематика и содержание.

35 Информационные программы на телевидении: манера ведения, жанровые особенности, репортажная насыщенность, прямые включения (сравнительный анализ на примерах любых информационных программ).

36 Средства массовой информации о событиях в «горячих точках»; требования, предъявляемые к работе журналиста в экстремальных ситуациях и в условиях боевых действий, принципы нейтралитета и гуманности.

37 Проблема независимости СМИ в истории России и в наши дни.

38 Освещение вопросов социальной защиты в современной журналистике.

39 Идеологические и политические функции СМИ (на примере медиа-ресурсов политических партий и движений).

40 Проблема плюрализма мнений в обществе, журналистика как инструмент формирования общественного мнения.

41 Видные российские журналисты дореволюционного периода (на примере деятельности какого-либо журналиста).

42 Пресс-конференция и брифинг: сходство и различие.

43 Этика во взаимоотношениях с журналистами.

44 Особенности использования средств массовой коммуникации в кризисных коммуникациях.

45 Критерии эффективности взаимоотношений PR-структур со СМИ.

9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам

«Введение в коммуникационные специальности»

Виды маркетинговых коммуникаций

Интегрированные коммуникации и интегрированные маркетинговые коммуникации

Реклама и связи с общественностью как неличные формы коммуникации

«Теория и практика связей с общественностью»

Основные направления PR-деятельности

Организация специальных мероприятий

Медиарилейшнз

«Основы теории коммуникации»

Коммуникация: понятие и особенности

Типы коммуникации

Социальная коммуникация

9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенции	Критерии	Показатели
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать: закономерности и этапы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач;	Знает: - закономерности поиска и обработки массовой информации - особенности критического анализа массовой информации - специфику применения системного подхода к решению задач в сфере массмедиа
	Уметь: выполнять поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи.	Умеет: - осуществлять предметный поиск необходимой информации - критически оценивать и обобщать информацию для решения различных задач в рамках рекламной и PR-деятельности
	Владеть: навыками использования системного подхода для решения поставленных задач.	Владеет: - навыками поиска, оценки и обобщения информации - навыками сбора информации с помощью различных методов
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать: основные критерии, определяющие достоинства и недостатки PR-специалиста.	Знает: – особенности работы со СМИ в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; – особенности создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, а также обеспечения внутренней и внешней коммуникации в рамках медиарилейшенз;
	Уметь: критически оценивать свой личностный и профессиональный потенциал; выбирать наиболее оптимальные пути совершенствования и избавления от недостатков.	Умеет: – применять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах, совершенствуя их с помощью различных методик; – организовывать работу отделов рекламы и связей с общественностью в рамках медиарилейшенз;

Компетенции	Критерии	Показатели
		– определять эффективность рекламных и PR-технологий в формировании коммуникационной инфраструктуры организации;
	Владеть: тренинговыми навыками личностного и профессионального роста.	Владеет: - навыками построения системы взаимодействия со СМИ, постоянно совершенствуя их при помощи профессиональных тренингов и тренингов личностного роста - навыками применения результатов, достигнутых в ходе тренингов, в профессиональной деятельности в рамках медиарилейшенз
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знать: теоретические основы рекламы и связей с общественностью как коммуникационных практик; технологии рекламы и связей с общественностью.	Знает: - тенденции развития медиакоммуникационных систем мира и региона - технологии использования коммуникационных практик в рамках рекламной и PR-деятельности
	Уметь: применять закономерности и модели теории коммуникации при анализе технологий рекламы и связей с общественностью.	Умеет: - анализировать технологии рекламы и связей с общественностью в рамках медиарилейшнз - применять закономерности и модели развития медиакоммуникаций в рамках взаимодействия со СМИ
	Владеть: навыками анализа тенденций рекламной и PR-коммуникации.	Владеет: - навыками анализа основных тенденций в области рекламной и PR-коммуникации в рамках взаимодействия со СМИ - навыками применения в профессиональной деятельности знаний об особенностях развития медиакоммуникационных систем региона и мира
ПК-2 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий,	Знает: - особенности эффективного использования стратегий и тактик планирования и реализации коммуникационных проектов в рамках взаимодействия со СМИ - основные технологии

Компетенции	Критерии	Показатели
	особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры, знает технологии медиарилейшнз и медиапланирования, основные технологии копирайтинга	копирайтинга и их отличия от журналистского текста
	Уметь: организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры, осуществлять тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования, использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	Умеет: - организовывать внутренние и внешние коммуникации в рамках взаимодействия со СМИ - осуществлять тактическое планирование мероприятий для журналистов
	Владеть: тактиками планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, технологиями медиарилейшнз и медиапланирования, копирайтинга в онлайн и офлайн среде	Владеет: - навыками планирования мероприятий для журналистов - технологиями взаимодействия со СМИ в рамках организации специальных мероприятий и написания текстов для СМИ

Шкала оценивания при проведении промежуточной аттестации

«Отлично» ставится, если обучающийся демонстрирует глубокие знания в области рассматриваемой темы и умение уверенно применять их на практике при решении ситуационных задач. Отвечая на вопрос, приводит примеры, аргументирует собственную позицию. Излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

«Хорошо» ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

«Удовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести собственные примеры; излагает материал непоследовательно и допускает незначительные речевые ошибки.

«Неудовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажает их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

«Зачтено» ставится, если обучающийся демонстрирует знание основных положений вопроса и умение применять их на практике при решении ситуационных задач (самостоятельно либо с помощью преподавателя); излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка (допускаются речевые ошибки).

«Не зачтено» ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажает их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине

Примерный перечень контрольных вопросов и задания для проведения текущего контроля успеваемости по лекционным темам

Примерный перечень вопросов для проведения устного опроса

3 семестр

Тема 1. Понятия и термины современной науки о журналистике и СМИ

Вопросы

1 Основные понятия и термины современной науки о журналистике.
2 Процесс массовой коммуникации и СМИ.
3 Особенности терминологии в области цифровых СМИ.

Тема 2. Массовая информация как ключевая категория в сфере масс медиа

Вопросы

1 Природа и сущность информации.
2 Атрибутивные, прагматические и динамические свойства информации.
3 Массовая информация как вид социальной информации.

Тема 3. Социальное предназначение журналистики

Вопросы

1 Журналистика как фактор социального управления.
2 Журналистика как социальный институт и как институт гражданского общества.
3 Роль СМИ и журналистики как сферы деятельности в жизни современного общества.

Тема 4. Общественно-политические аспекты деятельности СМИ

Вопросы

1 Характер и пределы властных возможностей СМИ.
2 Информационная политика средства массовой информации.
3 Этические аспекты участия журналиста в политической и общественной жизни.

Тема 5. Функции журналистики

Вопросы

1 Функции журналистики по С. Корконосенко.
2 Функции журналистики по Е. Прохорову. Коммуникативная, идеологическая и культурно-просветительская функции.
3 Монофункциональный и полифункциональный текст.

Тема 6. Коммуникативная функция как исходная функция журналистики

Вопросы

1 Особенности установления контакта между журналистом и аудиторией СМИ. 2 Вербальная и невербальная коммуникация в среде массмедиа.
3 Особенности применения универсальной формулы построения коммуникации Лассуэла в деятельности журналиста.

Тема 7. Современные теории и концепции журналистики

Вопросы

1 Концепция «четыре теории прессы» Ф. Сиберта, Т. Петерсона и У. Шрамма.

2 Концепция «четвертой власти» У. Ростоу, Д. Белла и Э. Багерстама.

3 Манипуляция сознанием аудитории СМИ. Г. Шиллер: 5 основных мифов манипуляции сознанием.

4 семестр

Тема 1. Предпосылки возникновения журналистики как сферы деятельности

Вопросы

1 Влияние социальных, культурных, экономических и политических факторов на формирование регулярного процесса распространения информации.

2 Информация и коммуникация в контексте дописьменной культуры.

3 Функция знака в древности.

Тема 2. Устные и письменные формы коммуникации в Древнем мире и европейском Средневековье

Вопросы

1 Устные и письменные тексты в античной Греции и Древнем Риме.

2 Ораторское мастерство как прообраз публицистики.

3 Феномен протогазеты в Древнем Риме: «Acta Senatus», «Acta diurna populi Romani», «Commentarius rerum novarum».

Тема 3. Становление и развитие зарубежной периодической печати в XVII-XVIII веках

Вопросы

1 Особенности развития коммуникации в условиях западноевропейского средневековья.

2 Изобретение книгопечатания как поворотный пункт в истории журналистики.

3 Возникновение и развитие различных типов периодических изданий в Европе.

Тема 4. Зарубежная периодическая печать в XIX веке

Вопросы

1 Становление международной коммуникации.

2 Формирование элитной и массовой прессы: издатели и журналисты в борьбе за аудиторию.

3 Первые газетные монополии.

Тема 5. Становление и развитие российской периодической печати в XVII-XVIII веках

Вопросы

1 «Вести-Куранты» (1600–1702) как прообраз газеты. Источники информации.

2 Журналистика 1730–50-х гг. Академия наук как издатель и цензор.

3 М.В. Ломоносов как публицист и редактор.

Тема 6. Российская периодическая печать в XIX веке

Вопросы

1 Русская журналистика в период Отечественной войны 1812 года.

2 Журналистика 1870–80-х годов.

3 Журналисты и издатели конца XIX – начала XX века и их роль в развитии типологии русской периодики.

Тема 7. Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки в первой половине XX века

Вопросы

1 Индустриализация газетно-журнального производства.

2 Радиовещание и телевидение как новые каналы СМИ.

3 Журналистика стран Запада и Востока в годы второй Мировой войны.

Тема 8. Журналистика России и русского зарубежья в 1900-1945 годах

Вопросы

1 Гражданская война и журналистика.

2 Журналистика русского зарубежья.

3 Журналистика в годы первой пятилетки (1928–1932 гг.).

Тема 9. Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки во второй половине XX века

Вопросы

1 Политические аспекты развития журналистики в 1945-1980гг.

2 Транснациональные медиа-корпорации.

3 Развитие средств передачи и распространения информации в начале XXI века.

Тема 10. Развитие системы массмедиа России во второй половине XX века

Вопросы

1 Средства массовой информации в 1954–64 годах.

2 Перестройка и журналистика.

3 Журналистика и Интернет в 1990-е гг.

Тема 11. Массмедиа в России и за рубежом в 2000-2020 годах

Вопросы

1 Массмедиа в рамках формирования постиндустриального информационного общества.

2 Применение интернет-технологий в деятельности СМИ.

3 Развитие блогосферы.

Тема 12. Система СМИ в современном мире

Вопросы

1 Средства массовой информации в мировом информационном пространстве.

2 Цифровая революция в журналистике.

3 Трансформация инфраструктуры современных средств массовой информации: информационные агентства и службы, пресс-службы, пресс-центры и службы связей с общественностью.

Тема 13. Особенности периодической печати, радио и телевидения

Вопросы

1 Периодическая печать, радио и телевидение как традиционные компоненты системы СМИ.

2 Выразительные средства радио и телевидения как СМИ.

3 Роль рекламы в деятельности печатных и электронных СМИ.

Тема 14. Типология СМИ: основные принципы и особенности

Вопросы

1 Главные принципы деления в рамках типологии журналистики.

2 Типологические характеристики современных газет, журналов и альманахов.

3 Типологические особенности деловой прессы.

Тема 15. Газета как тип издания

Вопросы

1 Пять основных типологических признаков газеты.

2 Общенациональные, надрегиональные, региональные и местные газеты.

3 Традиции советской системы СМИ в деятельности современных российских газет.

Тема 16. Журнал как тип издания

Вопросы

1 Дифференциация периодических изданий журнального типа.

2 Глянцевые журналы как феномен журналистики второй половины XX века.

3 Отраслевые журналы и их перспективы в рамках постиндустриального информационного общества.

Тема 17. Качественные и массовые издания

Вопросы

1Основные типологические признаки качественной газеты.

2 Формат, объем, структура массовой прессы.

3 «Желтая» пресса как тип массовой газеты.

Тема 18. Развитие СМИ в условиях постиндустриального информационного общества

Вопросы

1 Влияние концепций постиндустриального и информационного общества на деятельность СМИ.

2 Информационное воздействие на сознание аудитории.

3 Информация как средство достижения цели и восприятие информации как конечной цели в условиях информационного общества.

5 семестр

Тема 1. Экономические аспекты функционирования СМИ

Вопросы

1 Журналистская информация как товар.

2 Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции.

3 Поиск оптимальной финансовой модели СМИ.

Тема 2. Редакция как производственное учреждение.

Вопросы

1 Редакция газеты как производственно-творческая структура.

2 Система управления редакционным коллективом.

3 Инструментарий современного журналиста.

Тема 3. Маркетинг и менеджмент в сфере массмедиа

Вопросы

1 Служба маркетинга в редакции СМИ.

2 Современный менеджмент и СМИ.

3 Виды и формы распространения печатного периодического издания.

Тема 4. Журналистика как область творческой деятельности

Вопросы

1 Журналист как творческая личность.

2 Научный, художественный и публицистический виды творчества и их презентация СМИ в повседневной практике.

3 Содержание и форма в публицистическом творчестве.

Тема 5. Методы сбора информации в журналистике

Вопросы

1 Эмпирические методы сбора информации.

2 Эмпирико-теоретические методы сбора информации в журналистике.

3 Краудсорсинг и RSS-каналы как новые методы сбора информации в журналистике.

Тема 6. Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении

Вопросы

1 Информационные жанры: общая характеристика.

2 Аналитические жанры: общая характеристика.

3 Художественно-публицистические жанры: общая характеристика.

Тема 7. Массово-информационное право и этика журналиста

Вопросы

1 Законодательство России о СМИ и концепция свободы печати.

2 Соответствие норм российской Конституции о свободе информации документам ООН и Совета Европы.

3 Разграничение полномочий в сфере массовой информации между федеральными и местными органами власти.

Тема 8. Закон РФ «О средствах массовой информации»

Вопросы

1 Закон РФ «О средствах массовой информации» (1991 г.): общая характеристика.

2 Основные понятия, используемые в законе.

3 Редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные права и обязанности.

Тема 9. Этика журналиста

Вопросы

1 Этика профессиональная и служебная как важнейший момент профессионального становления.

2 Кодекс профессиональной этики российского журналиста как концентрация профессионально-этических основ журналистской деятельности.

3 Журналист и источники информации.

Тема 10. Техника и технология СМИ

Вопросы

1 Материально-технические средства производства периодических изданий.

2 Компьютерные технологии в полиграфическом производстве.

3 Современные настольные издательские системы.

Тема 11. Особенности организации редакционных процессов в СМИ

Вопросы

1 Организация редакционных процессов при выпуске печатных СМИ.

2 Технические средства печатных СМИ, радиовещания и телевидения.

3 Организация работы ньюсрума на телевидении.

Тема 12. Технические аспекты деятельности цифровых СМИ

Вопросы

1 Процессы интеграции и конвергенции в рамках деятельности цифровых СМИ.

2 Мультиплатформенность и мультиканальность.

3 Организация работы мультимедийной редакции.

Примерный перечень тестовых заданий:

1. Термин «средства массовой информации» был разработан

А социологами

Б филологами

В философами

2. Словом «газета» изначально называли

А папку для бумаг

Б мелкую венецианскую монету

В печатный станок

3. К новым медиа относятся

А телевидение

Б цифровые медиа

В нейросети

4. Массовая информация – это …

5. Существуют три вида традиционного телевидения (впишите недостающий элемент)

А эфирное

Б кабельное

В _____

6. Книгопечание изобрел

А И.Федоров

Б Н. Тесла

В И. Гутенберг

7. Исходной функцией журналистики (по Е. Прохорову) является
А культурно-просветительская
Б идеологическая
В коммуникативная

8. Журналистское расследование – это …

9. Журналистский текст, в котором реализованы все функции называют
А монофункциональным
Б функциональным
В полифункциональным

10. Назовите «четыре теории прессы» (концепция Ф. Сиберта, Т. Петерсона и У. Шрамма)

11. Ежедневная римская протогазета называлась
А «Acta Senatus»
Б «Acta diurna populi Romani»
В «Commentarius rerum novarum»

12. Первые еженедельные газеты появились в
А Германии
Б Польше
В Великобритании

13. В XVII-XIX веках основными видами периодических изданий являлись (впишите недостающий элемент)
А газеты
Б журналы
В _____

14. Т. Ренодо является основателем
А первой французской газеты
Б первого французского журнала
В первого французского издательства

15. Какое техническое изобретение способствовало развитию массовой прессы?
А телетайп
Б телефон
В линотип

16. Какую газету основал император Петр I?

17. М.О. Вольф издавал журнал

А «Вокруг света»
Б «Огонек»
В «Задушевное слово»

18. Какая из дореволюционных газет имела самый большой тираж?

19. Желтая пресса зародилась в
А России
Б США
В Великобритании

20. Р. Мердок является владельцем газеты
А Daily mirror
Б Bild
В Times

21. Транснациональная медиа-корпорация – это …

22. Какая газета попала в Книгу рекордов Гиннеса как издание с самым большим тиражом?
А «Известия»
Б «Аргументы и факты»
В «Коммерсант»

23. Назовите признаки качественной газеты

24. Мировое информационное пространство включает в себя (продолжите высказывание)

25. Газета «Ведомости» относится к
А деловым изданиям
Б общественно-политическим изданиям
В развлекательным изданиям

26. Назовите виды редакции СМИ

25. Основным источником дохода СМИ является
А подписка
Б продажа в розницу
В реклама

26. «Новость – это ….. факт» (допишите недостающую часть высказывания)

27. К методам сбора информации в журналистике не относится
А RSS-каналы
Б продакшн
В краудсорсинг

28. К информационным жанрам журналистики не относится
А очерк
Б заметка
В репортаж

29. «Статья – это … журналистики» (вставьте недостающее слово в высказывание)

30. Какими документами регулируется этика журналистики?

Примерные теоретические вопросы, выносимые на зачет в 3 семестре

1 Процесс массовой коммуникации и СМИ.
2 Основные понятия и термины современной науки о журналистике.
3 Коммуникация и информация.
4 Массовая коммуникация, средства массовой коммуникации.
5 Массовая информация, средства массовой информации.
6 СМИ и массмедиа.
7 Система отношений «журналист-аудитория».
8 Особенности терминологии в области цифровых СМИ.
9 Массовая информация как ключевая категория в сфере масс медиа
10 Природа и сущность информации.
11 Атрибутивные свойства информации.
12 Прагматические свойства информации.
13 Динамические свойства информации.
14 Информационное поле и информационные потоки.
15 Массовая информация как вид социальной информации.
16 Информационные потребности источника информации и аудитории СМИ.
17 Социальное предназначение журналистики
18 Журналистика как фактор социального управления.
19 Журналистика как социальный институт и как институт гражданского общества.
20 Роль СМИ и журналистики как сферы деятельности в жизни современного общества.
21 Общественно-политические аспекты деятельности СМИ
22 Характер и пределы властных возможностей СМИ.
23 Журналистика и политика.
24 Информационная политика средства массовой информации.
25 Политическая культура журналиста.

26 Этические аспекты участия журналиста в политической и общественной жизни.

27 Функции журналистики.

28 Функции журналистики и функции СМИ

29 Функции журналистики, их обоснование.

30 Функции журналистики по С. Корконосенко.

31 Функции журналистики по Е. Прохорову.

32 Коммуникативная, идеологическая и культурно-просветительская функции.

33 Методологические функции журналистики.

34 Взаимодействие функций журналистики.

35 Монофункциональный и полифункциональный текст.

36 Коммуникативная функция как исходная функция журналистики.

37 Особенности установления контакта между журналистом и аудиторией СМИ.

38 Цель и средства общения в журналистике.

39 Вербальная и невербальная коммуникация в среде массмедиа.

40 Особенности применения универсальной формулы построения коммуникации Лассуэла в деятельности журналиста.

41 Особенности зарубежных теорий и концепций журналистики.

42 Концепция «четыре теории прессы» Ф. Сиберта, Т. Петерсона и У. Шрамма.

43 Концепция «четвертой власти» У. Ростоу, Д. Белла и Э. Багерстама.

44 Концепция «демократуры» Ж. Мерме и концепция «медиакратии» Ф.-А. де Вирье.

45 Манипуляция сознанием аудитории СМИ. Г. Шиллер: 5 основных мифов манипуляции сознанием.

Примерные теоретические вопросы, выносимые на зачет с оценкой в 4 семестре

1 Предпосылки возникновения журналистики как сферы деятельности. Информация и коммуникация в контексте дописьменной культуры. Функция знака в древности.

2 Устные и письменные формы коммуникации в Древнем мире и европейском Средневековье.

3 Развитие форм коммуникации в Древнем Египте и Месопотамии. Устные и письменные тексты в античной Греции и Древнем Риме. Феномен протогазеты в Древнем Риме.

4 Особенности развития коммуникации в условиях западноевропейского средневековья. Книги, летописи, хроники, рукописи как информационные средства.

5 Становление и развитие зарубежной периодической печати в XVII-XVIII веках. Изобретение книгопечатания как поворотный пункт в истории журналистики.

6 Эпоха Просвещения и журналистика. Борьба за свободу прессы. Теории свободы печати.

7 Журналистика в буржуазных революциях. Великая французская революция и пресса.

8 Становление международной системы массовой коммуникации в XIX веке. Формирование элитной и массовой прессы: издатели и журналисты в борьбе за аудиторию.

9 Становление и развитие российской периодической печати в XVII-XVIII веках. «Вести-Куранты» (1600–1702) как прообраз газеты. Первая русская печатная газета «Ведомости» (1702–1727) как одно из средств пропаганды петровских реформ.

10 Русская журналистика 1730–90-х гг. Академия наук как издатель и цензор.

11 Русская журналистика в первые годы XIX века и в период Отечественной войны 1812 года.

12 Русская журналистика в период с 1826 по 1855 гг.

13 Журналисты и издатели конца XIX – начала XX века и их роль в развитии типологии русской периодики.

14 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки в первой половине XX века.

15 Печать и радио в дни Октябрьского переворота. Гражданская война и журналистика.

16 Нэп и журналистика. Советская журналистика в годы первой пятилетки (1928–1932 гг.).

17 Основные темы печати и радио СССР в 1941–45 гг.

18 Особенности проблематики периодической печати в первые послевоенные годы.

19 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки во второй половине XX века. Транснациональные медиа-корпорации.

20 Развитие средств передачи и распространения информации в начале XXI века.

21 Развитие системы массмедиа России во второй половине XX века.

22 Средства массовой информации СССР в 1954–64 годах. Развитие радиовещания и телевидения. Программа «Время» (с 1968 г.).

23 Перестройка и журналистика.

24 Российская журналистика в период с 1991 по 2000 год: становление новой системы СМИ в условиях ухудшения экономической ситуации.

25 Массмедиа России и зарубежных стран в с 2000 по 2021 год в рамках глобализации и формирования постиндустриального информационного общества.

26 СМИ зарубежных стран в условиях информационной революции.

27 Применение интернет-технологий в деятельности СМИ.

28 Средства массовой информации в мировом информационном пространстве.

29 Основные тенденции развития системы СМК и СМИ в условиях постиндустриального информационного общества.

30 Глобализация как феномен медиасферы конца XX-начала XXI веков. Конвергенция СМИ как тренд начала XXI века.

31 Роль блогосферы, мессенджеров и социальных сетей в становлении СМИ нового формата.

32 Система средств массовой информации России в начале XXI века.

33 Периодическая печать, радио и телевидение как традиционные компоненты системы СМИ.

34 Выразительные средства радио и телевидения как СМИ

35. Радио и телевидение как СМК и СМИ.

36 Понятие «типа издания» как единицы расчленения.

37 Типологические характеристики газетной периодики. Пять основных типологических признаков газеты.

38 Традиции советской системы СМИ в деятельности современных российских газет.

39 Типологические характеристики журнальной периодики.

40 Отраслевые журналы и их перспективы в рамках постиндустриального информационного общества.

41 Основные типологические признаки качественной газеты.

42 Формат, объем, структура и аудитория массовой прессы.

43 «Желтая» пресса как тип массовой газеты.

44 Влияние концепций постиндустриального и информационного общества на деятельность СМИ.

45 Информационное воздействие на сознание аудитории СМИ.

Примерные теоретические вопросы, выносимые на экзамен в 5 семестре

1 Экономические аспекты функционирования СМИ

2 Журналистская информация как товар.

3 Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции.

4 Виды и формы распространения современного печатного периодического издания.

5 Особенности журналистской работы в рамках редакции.

6 Инструментарий современного журналиста.

7 Редакция газеты как производственно-творческая структура. Структура редакции.

8 Правовые и экономические формы организации массово-информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке России.

9 Бюджет редакции печатного периодического издания.

10 Особенности бюджета радиостанции, телерадиокомпании и информационного агентства.

11 Планирование и методы маркетинга. Служба маркетинга СМИ.

12 Современный менеджмент и СМИ.

13 Редакторский, организаторский и авторский виды журналистской деятельности.

14 Журналист как творческая личность.

15 Эмпирические методы сбора информации в журналистике.

16 Эмпирико-теоретические методы сбора информации в журналистике. Работа с документами.

17 Краудсорсинг и RSS-каналы как новые методы сбора информации в журналистике. Дрон-журналистика.

18 Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении.

19 Информационные жанры: общая характеристика.

20 Аналитические жанры: общая характеристика.

21 Художественно-публицистические жанры: общая характеристика.

22 Законодательство России о СМИ и концепция свободы печати.

23 Закон РФ «О средствах массовой информации» (1991 г.): общая характеристика. Основные понятия, используемые в законе.

24 Закон РФ «О СМИ»: учреждение и регистрация СМИ. Понятие учредителя. Договор между учредителем и редакцией.

25 Закон РФ «О СМИ»: редакционный устав, содержание и процедура принятия.

26 Закон РФ «О СМИ»: редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные права и обязанности.

27 Закон РФ «О СМИ»: злоупотребление свободой массовой информации.

28 Этика профессиональная и служебная как важнейший момент профессионального становления журналиста.

29 Кодекс профессиональной этики российского журналиста как концентрация профессионально-этических основ журналистской деятельности.

30 Международные этические кодексы, регулирующие деятельность СМИ.

31 Журналист и источники информации: этический аспект.

32 Материально-технические средства производства периодических изданий.

33 Основы современного полиграфического производства, средства полиграфического воспроизведения текста. Шрифты и их классификация

34 Компьютерные технологии в полиграфическом производстве.

35 Специфика печати газет и журналов: виды печати, технология изготовления печатных форм, современные настольные издательские системы.

36 Особенности организации редакционных процессов в современных СМИ.

37 Организация редакционных процессов при выпуске печатных СМИ.

38 Требования техники безопасности и охраны окружающей среды в рамках деятельности СМИ.

39 Технические средства печатных СМИ, радиовещания и телевидения.

40 Организация работы ньюсрума на телевидении.

41 Технические аспекты деятельности цифровых СМИ

42 Процессы интеграции и конвергенции в рамках деятельности цифровых СМИ.

43 Интерактивные способы обратной связи с аудиторией в СМИ.

44 Журналистика дополненной и виртуальной реальности. Дата-журналистика.

45 Сторителлинг в мультимедийной журналистике. Организация работы мультимедийной редакции.

Примерные типовые задачи для проведения промежуточной аттестации

Задача 1

Компания Renault представила для своего модельного ряда в России подключаемые сервисы Renault Connect. Система позволяет дистанционно управлять автомобилем и некоторыми его функциями через смартфон.

В комплекс Renault Connect входит мультимедиа Easy Link, мобильное приложение, телематический блок, дистанционные сервисы.

Из функционала доступно следующее: запуск мотора с вентиляцией салона, информация об автомобиле (пробег и. т. п.), связь с экстренными службами, местонахождение транспортного средства, встроенная навигация (с пробками, стоимостью топлива и погодой), воспроизведение музыки, звонки в режиме громкой связи, быстрый доступ к приложениям, прогрев/охлаждение салона, открытие/закрытие дверей.

Система с 8 апреля появилась исключительно на Arkana, Kaptur, Duster, оборудованные мультимедиа Easy Link. При этом доплата за Renault Connect отсутствует и действует льготный период использования до 2024 года. Renault Connect можно дооснастить кроссоверы, которые были проданы после 11 марта.

Отметим, онлайн-продажи марки в 2020 году увеличились в три раза по сравнению с 2019 годом. Новая платформа разработана Альянсом Renault-Nissan-Mitsubishi.

Каковы источники информации, которая использовалась при написании данного текста?

Задача 2

Средне-Невский судостроительный завод (СНСЗ) приступил к строительству первого в России безэкипажного научно-исследовательского судна «Пионер-М» проекта 25700. Как пояснили в пресс-службе СНСЗ, стоимость судна составляет 300 млн руб., заказчиком выступает Севастопольский государственный университет. «Мы ожидаем, что в

перспективе нам могут поступить и другие заказы на производство научно-исследовательских судов», — отметили в пресс-службе СНСЗ.

Судно будет строиться на трех производственных площадках. Так, СНСЗ выполнит работы по формированию композитного корпуса. Крымское предприятие «Судокомпозит» создаст надстройку, а Севастопольский морской завод (филиал Центра судоремонта «Звездочка») проведет финальный монтаж, сборку и достройку судна.

«Пионер-М» разработан сотрудниками Севастопольского государственного университета на базовой кафедре «Инновационное судостроение и технологии освоения шельфа», созданной ЦКБ «Коралл». «Пионер» — это маломерное научно-исследовательское судно катамаранного типа с корпусом из композитных материалов. Оно будет использоваться для широкого спектра научно-исследовательских работ в прибрежных районах Черного моря и Азовского морей, в том числе в океанографических, гидробиологических, гидрохимических, водолазных работах.

Для каких целевых аудиторий предназначен текст?

Составьте пресс-релиз от имени пресс-службы СНСЗ на основе информации, изложенной в данном тексте.

Задача 3

Региональная издательская фирма открывает новую молодежную газету. газета должна быть общенациональной, выходить в цвете и с первых номеров завоевать сердца аудитории ярким дизайном и качественным содержанием.

Приглашены молодые, честолюбивые журналисты, газете придумано название «Ну и молодежь», привлечен харизматичный дизайнер, который так обыграл название, что все поняли, газетой выбран путь развития – через скандал...При этом в издании используется качественный контент: каждый текст либо подтвержден личным опытом, либо исходит от эксперта (запрещены: женские тексты о дедовщине, мужские – об ощущениях рожениц, общие рассуждения о жизни наркоманов и т.п.). Газета пишет на животрепещущие темы, говорит с читателямишершавым языком сверстников, ставит проблемы жестко и экспрес-сивно, чтобы смысл доходил до адресата.

Задача: сформулировать маркетинговые цели по продвижению СМИ.

Задача 4

Сеть продовольственных магазинов «Форсайт» закупила партию недоброкачественных овощных консервов у поставщика, с которым работала более десяти лет. В результате пострадало более десяти человек.

Каким образом вы будете работать с журналистами в этой ситуации?

Перечислите неприемлемые способы взаимодействия со СМИ в условиях данного кризиса.

10. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий и списком рекомендованной литературы. Также ему следует уяснить, что уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях и практических занятия. Также в этом процессе важное значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение обучающегося в самостоятельную познавательную деятельность и формирование у него методов организации такой деятельности с целью формирования самостоятельности мышления, способностей к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в современных условиях.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия. В ходе лекции преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия, а также соответствующие теоретические и практические проблемы, дает задания и рекомендации для практических занятий, а также указания по выполнению обучающимся самостоятельной работы.

Задачами лекций являются:

– ознакомление обучающихся с целями, задачами и структурой дисциплины, ее местом в системе наук и связями с другими дисциплинами;

– краткое, но по существу, изложение комплекса основных научных понятий, подходов, методов, принципов данной дисциплины;

– краткое изложение наиболее существенных положений, раскрытие особенно сложных, актуальных вопросов, освещение дискуссионных проблем;

– определение перспективных направлений дальнейшего развития научного знания в данной области.

Темы лекций и рассматриваемые в ходе их вопросы приведены в п. 5.3.

Значимым фактором полноценной и плодотворной работы обучающегося на лекции является культура ведения конспекта. Принципиально неверным, но получившим в наше время достаточно широкое распространение, является отношение к лекции как к «диктанту», который обучающийся может аккуратно и дословно записать. Слушая лекцию, необходимо научиться выделять и фиксировать ее ключевые моменты, записывая их более четко и выделяя каким-либо способом из общего текста.

Полезно применять какую-либо удобную систему сокращений и условных обозначений. Применение такой системы поможет значительно ускорить процесс записи лекции. Конспект лекции предпочтительно писать в одной тетради, а не на отдельных листках, которые потом могут затеряться. Рекомендуется в конспекте лекций оставлять свободные места, или поля, например, для того, чтобы была возможность записи необходимой информации при работе над материалами лекций.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры №1 «Философии и социальных коммуникаций» «5» апреля 2024 года, протокол № 10.

Разработчики:

ст. преп. М.Б. Мисонжникова

Заведующий кафедрой № 1:

к.ф.н., доцент Н.Ю. Куценко

Программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО

к.ф.н., доцент Н.Ю. Куценко

Программа рассмотрена и согласована на Заседании Учебно-методического совета Университета «17» апреля 2024 г., протокол № 7.

такой метод обучения должен способствовать творческому овладению обучающимися специальными знаниями и навыками.

Самостоятельная работа обучающегося весьма многообразна и содержательна. Она включает следующие виды занятий (п. 5.6):

–самостоятельный поиск, анализ информации и проработка учебного материала;

–подготовку к устному опросу (перечень типовых вопросов для текущего контроля в п. 9.6);

–подготовку докладов (пункт 5.1)

Систематичность занятий предполагает равномерное, в соответствии с пп. 5.2, 5.4 и 5.6, распределение объема работы в течение всего предусмотренного учебным планом срока овладения дисциплиной. Такой подход позволяет избежать дефицита времени, перегрузок, спешки и т. п. в завершающий период изучения дисциплины. Последовательность работы означает преемственность и логику в овладении знаниями по дисциплине. Данный принцип изначально заложен в учебном плане при определении очередности изучения дисциплин. Аналогичный подход применяется при определении последовательности в изучении тем дисциплины. Завершающим этапом самостоятельной работы является подготовка к промежуточной аттестация по итогам освоения дисциплины, предполагающая интеграцию и систематизацию всех полученных при изучении учебной дисциплины знаний.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины позволяет определить уровень освоения обучающимся компетенций (п. 9.5) за период изучения данной дисциплины. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины предполагает ответы на 3 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на аттестацию.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры №1 «Философии и социальных коммуникаций» «5» апреля 2024 года, протокол № 10.

Разработчики:

ст. преп. М.Б. Мисонжникова

Заведующий кафедрой № 1:

к.ф.н., доцент Н.Ю. Куценко

Программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО

к.ф.н., доцент Н.Ю. Куценко

Программа рассмотрена и согласована на Заседании Учебно-методического совета Университета «17» апреля 2024 г., протокол № 7.