

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 20.01.2025 11:28:53

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины
Новейшие средства массовой коммуникации**

Направление 42.03.02 Журналистика
Направленность 42.03.02.01 Конвергентная журналистика

Для набора 2022 года

Квалификация
бакалавр

КАФЕДРА Журналистика**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	4		Итого	
	УП	РП		
Лекции	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	193	193	193	193
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	216	216	216	216

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): к.филол.н., доцент, Деева И.В.

Зав. кафедрой: д.фил.н., проф. Клеменова Е.Н.

Методический совет направления: к.искусств.н., доцент Усенко Н.М.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Способствовать развитию технического и коммуникационного мышления в области профессиональной журналистской деятельности, а также формирование у студентов понимания основ журналистики, принципов успешного развития и стабильной работы средств массовой информации.
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

Знать основные приемы коммуникации, связанные с решением стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (соотнесено с индикатором ПК-2.1)

Уметь:

Уметь участвовать в общественно-профессиональных дискуссиях; бесконфликтно общаться с различными субъектами профессионального процесса; эффективно выстраивать коммуникативные процессы в профессиональной деятельности. (соотнесено с индикатором ПК-2.2)

Владеть:

Владеть различными средствами коммуникации в профессиональной деятельности; способами установления контактов в условиях поликультурного общества; навыками анализа исследовательских текстов и теорий коммуникаций для использования в целях совершенствования собственного профессионального мастерства;
- владеть навыками исследования, анализа и редакторской деятельности предложенного контента в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа. (соотнесено с индикатором ПК-2.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Общая характеристика новейших средств массовой коммуникации

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	«Новейшие технические возможности современной периодической печати, определение этапов коммуникационной революции» Рассматриваются предпосылки новейших технологий для современной периодической печати (газеты, журналы). Четыре этапа коммуникационной революции: письменность, книгопечатание, электричество, микропроцессорная технология. / Лек /	4	2	ПК-2	Л1.2, Л2.1
1.2	«Роль теории коммуникации в формировании и развитии информационного общества» Когда возникло информационное общество. Понятие и особенности возникновения информационного общества, факторы, влияющие на развитие информационного общества России. Возрастающая роль технологий на развитие ИО. Разработка концепций ИО учеными Д.Белл, О. Тоффлер. М. Кастельси.др. / Пр /	4	2	ПК-2	Л1.2, Л2.1

Раздел 2. Видеокommunikации и телевидение: развитие и перспективы

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
2.1	«Журналистика в информационном обществе» Интернет-журналистика как предмет исследования. Интернет-журналистика в глобальном измерении. Интернет-СМИ - часть медиа индустрии. Процесс конвергенции СМИ-феномен индустрии, новая черта журналистской деятельности, появления смежных профессий. / Ср /	4	8	ПК-2	Л1.2, Л2.1
2.2	«Исследование новых медиа» Появление массовой коммуникации в начале 1970-х годов. Традиционные масс-медиа и Новые медиа. Основные черты,	4	6	ПК-2	Л1.2, Л2.1

	отличающие новые медиа от старых. / Ср /				
2.3	«Новые подходы в исследовании медиа» Нью-медиа как характер исследований коммуникаций. Новые коммуникационные технологии. / Ср /	4	16	ПК-2	Л1.2, Л2.1
2.4	«Компьютерная коммуникация как новая форма работы журналиста» Значение термина «Компьютерная коммуникация». Расширение компьютерных коммуникаций. Основные концепции и теоретические предложения / Пр /	4	2	ПК-2	Л1.2, Л2.1
2.5	«Теории и концепции в сфере масс-медиа» Концептуальная теория критической массы. Теория социальных сетей. Теории социального влияния. Теории социального влияния. / Ср /	4	16	ПК-2	Л1.2, Л2.1
2.6	«Предпосылки, возникновение, развитие средств массовой коммуникации как особой формы сосуществования социума» 1. Мануэль Кастельс – один из самых авторитетных социальных мыслителей современного мира. 2. Основные труды отечественных ученых в области массовой коммуникации 3. Глобализация новостей в эпоху информационной революции. 4. Глобальные телеканалы CWW, BBC, Euronews, Al – Jazeera. 5. Окиновская хартия глобального информационного общества. / Ср /	4	16	ПК-2	Л1.2, Л2.1
2.7	«Сетевое издание – организация и особенности функционирования» Типология и классификация веб-изданий» Первые сетевые издания такие как лента.ру, газета.ру. Жанры сетевых изданий. Регистрация сетевого издания. / Пр /	4	2	ПК-2	Л1.2, Л2.1
Раздел 3. Актуальные проблемы журналистики в Интернете					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
3.1	«Феномен интернет-журналистики» Особенности интернет-журналистики. Веб-технологии журналистики / Лек /	4	2	ПК-2	Л1.2, Л2.1
3.2	«Позиция профессиональной журналистики в информационном обществе» Место журналистики в информационном обществе. Концепции человеческого капитала. Понятие обитаемого информационного мира / Ср /	4	10	ПК-2	Л1.2, Л2.1
3.3	«Коммуникативная реальность» Смысл понятия «реальность», обитаемый мир, обитатель человек -эйдос. Виртуальный эйдос-понятие, ориентация, функциональный компонент, модели эйдоса. / Ср /	4	6	ПК-2	Л1.2, Л2.1
3.4	«Программное обеспечение для веб-журналиста» Обзор программного обеспечения для домашней работы: работа с браузерами, почтовыми программами, редакторами HTML-страниц, редакторы CSS, графические программы. / Пр /	4	2	ПК-2	Л1.2, Л2.1
3.5	Проблема эффектов и эффективности массовой коммуникации. Ключевые теории и модели массовой коммуникации. Цели коммуникатора и цели аудитории. Эффекты и эффективность коммуникации. Определение эффективности в зависимости от стадии воздействия информационного сообщения на индивида. Способы измерения эффектов и эффективности коммуникации. Особенности междисциплинарного коммуникативного подхода в изучении массовой коммуникации. Соотношение в теории массовой коммуникации социологического, экономического, политологического, культурологического, психологического и иных подходов к изучению массовой коммуникации. / Ср /	4	8	ПК-2	Л1.2, Л2.1

Раздел 4. Журналистика в системе СМИ и СМК					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
4.1	«СМИ и СМК» Понять систему массмедиа. Свойства современных массмедиа. Развитие интернета как ядра СМК. Направления развития, модернизация технических средств, перевод информации и знаний в электронную интернет-ориентированную форму / Лек /	4	2	ПК-2	Л1.2, Л2.1
4.2	«Интернет-журналистика как предмет исследования» Особенности интернет-журналистики: интерактивность, мгновенность, гибкость, экономичность. Интернет как феномен культуры. / Ср /	4	6	ПК-2	Л1.2, Л2.1
4.3	«Краткая история интернет» Создание первой сети ARPANET. NSFNET-сеть магистральных каналов. Создание TCP/IP. Проект WWW. Глобальная адресация, типы ресурса. / Ср /	4	6	ПК-2	Л1.2, Л2.1
4.4	«Интернет-журналистика в российском медиапространстве» История интернет-журналистики в России. Авторские проекты. Веб-обзоры (вечерний интернет, первые интернет-газеты: Газета.ру, Вести.ру, Лента.ру, сетевой журнал). История четырех периодов российских интернет-СМИ / Ср /	4	12	ПК-2	Л1.2, Л2.1
4.5	«Редакция интернет-издания» Функции и структура веб-редакционной системы. Виды веб-редактирования. Редакционные системы: газетная, журнальная, книжная, радиовещательная, телевизионная. / Ср /	4	8	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
4.6	«Офисное оборудование» Организация рабочего отдела, рабочие места редакторов, корреспондентов, веб-дизайнеров, веб-мастеров. Инструменты веб-верстки. / Ср /	4	6	ПК-2	Л1.2, Л1.3, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.1
4.7	«Проектирование структуры сайта» Типы структур сайтов, Принципы построения системы навигации. Организация домашней страницы. Заставка. Виды домашних страниц. Карта сайта. Контекстные ссылки. / Ср /	4	10	ПК-2	Л1.2, Л2.1
4.8	«Интернет-журналистика в российском медиапространстве» История интернет-журналистики в России. Авторские проекты. Веб-обзоры (вечерний интернет, первые интернет-газеты: Газета.ру, Вести.ру, Лента.ру, сетевой журнал). История четырех периодов российских интернет-СМИ. / Ср /	4	10	ПК-2	Л1.2, Л2.1
4.9	«Редакция интернет-издания» Функции и структура веб-редакционной системы. Виды веб-редактирования. Редакционные системы: газетная, журнальная, книжная, радиовещательная, телевизионная. / Ср /	4	10	ПК-2	Л1.2, Л2.1
4.10	«Прагматический аспект массовой коммуникации» Экспериментально-прикладной аспект массовой коммуникации Глобализация коммуникативных процессов Методы изучения коммуникативных процессов / Ср /	4	13	ПК-2	Л1.2, Л2.1
4.11	Исследования аудитории СМК. Особенности изучения теле- и радиоаудитории. Факторы, определяющие состав и границы аудитории. Методы изучения аудитории. Исследования аудитории: анализ «количества» и «качества». Соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов. Анкетирование, интервьюирование, тесты, фокус-группы, лабораторные исследования с применением технических средств, психолингвистические процедуры, метод семантического дифференциала. Технические и «вербальные» способы	4	10	ПК-2	Л1.2, Л2.1

	получения информации о потреблении аудиторией различных телепередач. Индустрия получения информации о размерах аудитории: опора на постоянство спроса. Место рекламодателей в корпусе заказчиков. Аудиометры: плюсы и минусы качества полученной информации. Основные единицы измерения телеаудитории. Наиболее известные в мире исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМК. Российские профессиональные организации на рынке теле- и радиометрии. / Ср /				
4.12	<p>Стратегия и тактика медиапланирования. Медиаплан: понятие, принципы, основные этапы разработки.</p> <p>Разработка маркетинговой и рекламной стратегии использования СМК. Определение целей использования СМК. Медиаплан: понятие, принципы, основные этапы разработки. Основные коэффициенты и показатели, используемые в медиапланировании. Анализ количественных характеристик медиаплана. Разработка графика размещения рекламы. Концепция опертуры в планировании для составления медиаплана: маркетинговые источники, творческие источники, информация о средствах рекламы. Источники информации о печатных, электронных СМК. Стратегии планирования: стратегия целевой аудитории, географические стратегии, стратегии продолжительности и привязки во времени. Контроль выполнения медиаплана и оценка его эффективности. Глобализация потребительских рынков и глобальное мышление: их влияние на медиапланирование. Программное обеспечение медиапланирования. Компьютерное моделирование (математическая оптимизация, имитационные и эвристические модели). Работа с компьютерными базами данных.</p> <p>/ Ср /</p>	4	16	ПК-2	Л1.2, Л2.1
4.13	/ Экзамен /	4	9	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.1, Л2.2, Л2.3

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Лэйхифф Д. М., Пенроуз Д. М.	Бизнес-коммуникации	СПб.: Питер, 2001	98
Л1.2	Котов В. Д.	Кросс-культурные процессы и массовая коммуникация: монография	Москва: Лаборатория книги, 2012	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140549 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Амиров В. М.	Деловая журналистика: учебное пособие	Москва: Флинта Уральский федеральный университет (УрФУ), 2018	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482093 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.4	Немец, Г. Н.	Бизнес-коммуникации. Практикум. Тесты: учебное пособие	Краснодар: Южный институт менеджмента, 2008	https://www.iprbookshop.ru/9774.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Колесниченко, А. В.	Практическая журналистика: учебное пособие	Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010	https://www.iprbookshop.ru/13304.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.6	Доброзракова, Г. А.	Журналистика в системе массовой коммуникации: учебное пособие	Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015	https://www.iprbookshop.ru/71829.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.7	Шпаковский В. О., Розенберг Н. В., Егорова Е. С.	Интернет-журналистика и Интернет-реклама: учебное пособие	Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2018	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.8	Качаева А. Г., Шомова С. А., Мирошниченко А. А., Лапина-Кратасюк Е. Г.	Мультимедийная журналистика: учебник для вузов: учебник	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.9	Захарова, И. В.	Деловые коммуникации: практикум	Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019	https://www.iprbookshop.ru/86469.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Ворошилов В. В.	Журналистика: Учеб.	СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2001	46
Л2.2		Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8. Литературоведение. Журналистика: журнал	Волгоград: Волгоградский государственный университет, 2014	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=330526 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Амиров, В. М., Олешко, В. Ф.	Деловая журналистика: учебное пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013	https://www.iprbookshop.ru/65923.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Центр раскрытия корпоративной информации Интерфакс. - <http://www.e-disclosure.ru>
2. Базы данных ВЦИОМ <https://wciom.ru/?id=79>, <https://wciom.ru/?id=1130>
 3. Консультант+ <https://www.consultant.ru/>
 4. База данных «Национальный корпус русского языка» <http://www.ruscorpora.ru/new/search-main.html>
 5. <http://www.pravo.fso.gov.ru/> – государственная система правовой информации.
 6. <http://sophist.hse.ru/> – единый архив экономических и социологических данных по российской Федерации от НИУ ВШЭ.
 7. <http://news.yandex.ru/smi/> – наиболее полная, интерактивная, постоянно обновляемая база данных СМИ и информационных агентств, имеющих собственные интернет-порталы.
 8. <http://bankrot.fedresurs.ru/> – единый федеральный реестр сведений о банкротстве.
 9. www.gdf.ru/ - Фонд защиты гласности
 10. <https://declarator.org> –база данных о декларациях населения РФ

11. <https://inpresso.ru/smi.php> - рейтинг СМИ
12. <http://prexplore.ru> — онлайн-СМИ о связях с общественностью, массовых коммуникациях, PR-инструментах и медиа технологиях.
13. <http://news.pressfeed.ru> — блог про, от и для PR-специалистов.
14. <http://mediabitch.ru> — журнал о PR.
15. <http://re-port.ru> — отраслевой портал о маркетинге, рекламе и PR.
16. <http://adindex.ru> — сайт о рекламе и маркетинге в России и мире.
17. <http://vc.ru> — новости ИТ-рынка, вакансии рунета, реклама, PR.
18. <http://cossa.ru> — информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде.
19. <http://www.mediasprut.ru/media/media.shtml> сайт "МедиаСпрут" Каталоги СМИ России, стран СНГ и Балтии, дальнего зарубежья
20. <http://www.gumer.info/> Библиотека Гумер - гуманитарные науки
21. <http://www.infohome-altai.ru/node/143> Книги для журналистов
22. <http://www.gpntb.ru/win/search/> Каталоги и базы данных ГПНТБ
23. www.lib.ru/ - библиотека Максима Мошкова
24. <https://azbyka.ru> - библиотека православной литературы
25. www.lib.tsu.ru/ - научная библиотека Томского ГУ
26. www.rvb.ru/ - Русская виртуальная библиотека
27. www.feb-web.ru/ - Русская литература и фольклор
28. www.rusf.ru/ - русская фантастика
29. www.ruthenia.ru/ - кафедра русской литературы Тартуского университета
30. www.gnpbu.ru/- государственная научная педагогическая библиотека им. К.Д. Ушинского
31. www.aforizm.info/- лучший сборник афоризмов на все случаи жизни
32. www.proza.ru/ - современная проза
33. http://www.nazaykin.ru/_MR_mediakit.htm Александр Назайкин.Медиариелейшнз. Материалы для журналистов.
34. <https://ruj.ru/> - Союз журналистов России
35. www.blogs.mail.ru/mail/vrs63/ - блог умных мыслей Владимира Соловьева
36. <http://journalist-podval.narod2.ru/> Журналистский клуб
37. <http://www.sarunion.ru/actual/> Союз журналистов России саратовское отделение
38. <http://www.cjt.nnov.ru/grants8.htm> Центр журналистских технологий
39. <http://www.nsj.ru/index.php?id=56> Новосибирский Союз журналистов
40. <http://www.pdi.ru/> Национальный институт развития прессы
41. www.philology.sfedu.ru/ - факультет филологии и журналистики Южного федерального университета
42. www.rg.ru/ - ежедневная газета «Российская газета»
43. www.kommersant.ru/ - ежедневная общенациональная деловая газета «Коммерсант»
44. www.aif.ru/ - еженедельная газета «Аргументы и факты»
45. www.vedomosti.ru/ - ежедневная деловая газета «Ведомости»
46. www.gzt.ru/ - ежедневная «Газета»
47. www.ng.ru/ - ежедневная газета «Независимая газета»
48. <http://www.novayagazeta.ru/> – «Новая газета»
49. www.profile.ru/ - еженедельный журнал «Профиль»
50. www.rbcdaily.ru/ - ежедневная деловая газета «РБК daily»
51. www.russ.ru/ - ежедневное сетевое издание о культуре, политике, обществе «Русский журнал»
52. www.pereplet.ru/ - литературный интернет-журнал «Русский переплет»
53. www.lgz.ru/ - общественно-политический еженедельник «Литературная газета»
54. <http://www.journalist-virt.ru/> - Журнал «Журналист» все о СМИ и журналистике
55. <http://www.delonomer.ru/> - Газета журналистских расследований «дело №»
56. <http://www.strana-oz.ru/> - Журнал «Отечественные записки»
57. www.rian.ru - РИА новости
58. www.lenta.ru - лента последних российских и зарубежных новостей
59. www.newsru.com - российские и зарубежные новости
60. www.polit.ru - российские и зарубежные новости
61. www.inopressa.ru - обзоры иностранной прессы
62. www.rusdoc.ru - IT-дайджест
63. www.1tv.ru - официальный сайт первого канала
64. <http://www.journalismus.com/> Интернет-портал немецких журналистов
65. <http://www.cpj.org/> Комитет защиты журналистов
66. <http://www.fipp.com/> Международная федерация периодических СМИ
67. <http://www.ifj.org/> Международная федерация журналистов
68. <http://www.yojo.ru/> Информационный портал для молодых журналистов.
69. <http://www.mediascope.ru/>«Медиаскоп» — портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования
70. <http://www.photo-element.ru/> - «Виртуальный Фотожурнал ХЭ», крупнейшее в рунете собрание статей о фотографии
71. <http://www.journalist-pro.com/> - Интернет-издание Журналист Journalist PRO
72. www.gov.ru/ - официальный сервер органов государственной власти РФ, который предоставит ссылки на сайты президента, правительства, федерального собрания, избиркома, совета безопасности, счетной палаты, сервера судебных органов.

73. http://www.sibirp.ru/journalist/ethics Журналисту: Институт развития прессы
5.4. Перечень программного обеспечения
Операционная система РЕД ОС Libre Office
5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья
При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения: - столы, стулья; - персональный компьютер / ноутбук (переносной); - проектор; - экран / интерактивная доска.
--

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.
--

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
код и наименование компетенции: ПК-2: способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа			
<p>Знать основные приемы коммуникации, связанные с решением стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p> <p>Уметь участвовать в общественно-профессиональных дискуссиях; бесконфликтно общаться с различными субъектами профессионального процесса; эффективно выстраивать коммуникативные процессы в профессиональной деятельности.</p>	<p>Поиск и сбор необходимой литературы по темам новейших средств массовой коммуникации, знакомство с понятийным аппаратом для ответов на практических занятиях; создание конспектов с использованием ссылок на рекомендованную основную и дополнительную литературу.</p> <p>Анализ и отбор информации из интернет-источников и баз данных. Умение анализировать коммуникативные задачи и находить оптимальные пути их решения</p> <p>Составление материалов или обзоров на выбранную тему по основным видам, приемам и процессам развития коммуникации;</p> <p>Развитие навыков анализа исследования для выявления и усвоения информационно-коммуникативных технологий, применяемых</p>	<p>-Полнота и содержательность ответа;</p> <p>-знание лекционного материала и привлечение ссылок на основную и дополнительную литературу в ходе ответа;</p> <p>-умение подбирать и приводить и анализировать примеры;</p> <p>-умение отстаивать свою позицию;</p> <p>-обоснованность обращения к базам данных;</p> <p>-целенаправленность поиска и отбора;</p> <p>Полнота и содержательность ответа;</p> <p>умение приводить примеры;</p> <p>умение аргументировано отстаивать свою позицию;</p> <p>умение корректно пользоваться научной, учебной литературой, материалами лекций, сведениям из информационных интернет-ресурсов и баз</p>	<p>ВЭ (1-61), Э – эссе, Т</p> <p>ВЭ (1-61), Э – эссе, КС , КЗ , Т</p>

<p>Владеть различными средствами коммуникации в профессиональной деятельности; способами установления контактов в условиях поликультурного общества;</p> <p>навыками анализа исследовательских текстов и теорий коммуникаций для использования в целях совершенствования собственного профессионального мастерства;</p> <p>- владеть навыками исследования, анализа и редакторской деятельности предложенного контента в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.</p>	<p>современной журналистикой;</p> <p>.</p> <p>-искать, анализировать и отбирать данные и сведения по теме исследования, выполняя кейс-задания; и участвуя на дискуссионной площадке, систематизировать собранную и отобранную информацию по необходимой теме в текстовом варианте, в том числе в формате презентации; разрабатывать концепцию журналистского проекта для различных типов СМИ; проводить и оформлять исследование по коммуникативистике с использованием специализированных методов и информационно-коммуникационных технологий.</p>	<p>данных при подготовке к докладу, эссе, круглому столу, групповому творческому заданию.</p> <p>достижение цели и раскрытие темы, проблемы исследования, эссе, кейс-задания; умение приводить примеры из реальных коммуникативных медиапрактик; умение аргументировано отстаивать свою точку зрения на тему, проблему на круглых столах; умение корректно пользоваться научной и учебной литературой при подготовке исследования, круглого стола, эссе, творческого кейс-задания;</p> <p>корректное оформление исследования, задания, эссе, в соответствии с техническим заданием и поставленной целью, с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями в соответствующей коммуникативной практики.</p>	<p>ВЭ (1-61), Э – эссе, КС, КЗ-кейс-задания</p>
--	---	--	---

* ВЭ – вопросы к зачету; ВЭ – вопросы к экзамену; Т – тестовое задание; Э – эссе;
КС – круглый стол; КЗ – кейс-задание.

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

Зачет

50-100 баллов (зачет)

0-49 баллов (незачет)

Экзамен

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к экзамену

1. Информационное общество: понятие и признаки.
2. Международный опыт перехода к информационному обществу.
3. Россия и информационное общество: проблемы и перспективы.
4. Основные положения Окинавской Хартии глобального информационного общества от 06.2000 г.
5. Ключевые направления использования возможностей цифровых технологий.
6. Охарактеризовать основные направления реализации перехода к информационному обществу в России.
7. Базовые положения концепции формирования информационного общества в России от 28.05.21 г.
8. Национальные и международные программы перехода к информационному обществу.
9. Средства и системы телекоммуникации и связи. Основные понятия и определения.
10. Новейшие средства и системы телекоммуникации и связи. Каналы и виды связи.
11. Телеграфная сеть—первая международная сеть в области коммуникаций.
12. Государственная политика в области информатизации РФ (основные направления).
13. Система спутниковой навигационной системы «Гломас» (коллайдер).
14. Современная телефония – путь в информационное общество.
15. ЖСМ—глобальная система мобильной связи. Краткая характеристика мобильных телефонов, пейджеров, твейджеров.
16. Система глобальной международной спутниковой связи Инморсат.
17. Влияние СМИ на процесс глобализации.
18. Охарактеризовать процесс глобализации на современном этапе.
19. Глобальная сеть Интернет. Развитие и становление.
20. Новые средства массовой информации и диверсификация массовой аудитории по М. Кастельсу.
21. Коммуникация через компьютеры, социальные сети и виртуальные сообщества.
22. Характеристика Большой Четверки глобальных американских телесетей.
23. Система международных новостей в информационном пространстве мира. Этапы и факторы развития.
24. Перечислить и охарактеризовать наиболее крупных поставщиков международной новостной информации
25. Структура и аспекты регулирования системы международных новостей.
26. Роль глобальных СМИ в политических коммуникациях.
27. Глобальные теленовости: общая характеристика и признаки.

28. Финансово-экономическая информация глобальных телесетей и агентств.
29. Новости спорта глобальных телесетей.
30. Сравнительная характеристика глобальных телесетей на примере CNN, BBC, Euronews.
31. Основные глобальные и крупные региональные телеканалы (информационные, научно—популярные, развлекательные)
32. CNN—первая глобальная телесеть новостей (структура, история, политика).
33. BBC-на мировом рынке. История развития вещания на международном информационном рынке.
34. Euronews-европейская альтернатива глобальным сетям.
35. AL-Jazeera- катарская телесеть новостей в глобальном мире.
36. CNBC и Bloomberg L.P: мир бизнеса в эфире.
37. История создания компании Blomberg L.P. и ее характеристика.
38. Перечислить и охарактеризовать условия необходимые телесетям для преуспевания на мировом информационном рынке.
39. Популярные ведущие глобальных телесетей.
40. Реклама глобальных телесетей.
41. Факторы, влияющие на рост аудитории глобальных телесетей.
42. Эффекты воздействия глобальных телесетей на международную политику и дипломатию.
43. Глобальное телевидение-посредник в дипломатических процедурах.
44. .Вооруженные конфликты и теракты в эфире глобального телевидения.
45. Взгляды ученых на процесс развития информационного общества М. Маклюэн, Э. Тоффлер, Д. Белл.
46. Российские глобальные информационные агентства. Становление и развитие.
47. Проблемы государственных информационных агентств. Факторы, влияющие на независимость ИТАР—ТАС.
48. Глобализация-сущность и основные направления ее развития.
49. Охарактеризуйте позитивные и негативные последствия процесса глобализации.
50. Эфирное и сотовое телевидение.
51. История развития телевизионных технологий в 20м 21 веке.
52. Кабельное и интерактивное телевидение.
53. Применение спутникового телевидения в России и за рубежом.
54. Общая характеристика цифрового телевидения.
55. Цифровое телевидение в России и за рубежом.
56. Основные принципы организации передачи информации в компьютерной сети Интернет.
57. Интернет как информационная компьютерная сеть средства массовой коммуникации.
58. История технологии WWW и концепция «сетевого гипертекста».

59. Электронные СМИ. Общественные организации, контролирующие развитие Интернет.

60. Влияние научно-технического прогресса на мировые тенденции развития журналистики.

61. Развитие теории массовой коммуникации и информации в XX веке.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 100.

- - Оценка «отлично» 100-84 баллов - изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

- - Оценка «хорошо» 83- 67 баллов - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, ошибки, уверенно исправленные после дополнительных вопросов; обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;

- - Оценка «удовлетворительно» 66-50 баллов - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;

- - Оценка «неудовлетворительно» 49-0 баллов - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Тестовые задания

26. В 1979 году появилась система глобальной международной спутниковой связи

- а) Иридиум
- б) Глобалстар
- в) Инмарсат

27. Комплекс маркетинговых коммуникаций включает следующие направления маркетинговой деятельности:

- а) рекламу, сейлз промоушн, ПР, директ-маркетинг;
- б) рекламу, выставки – продажи, торговые презентации, призы и аукционы;
- в) рекламу, построение дилерских сетей, аукционы, купоны и комиссионные вознаграждения.

28. Выберите определения, характеризующие пропаганду:

- а) односторонняя коммуникация; убеждение с целью достижения взаимопонимания и налаживания конструктивного сотрудничества;
- б) односторонняя коммуникация; информационное давление с целью навязывания общественности требуемой точки зрения;

в) двусторонняя коммуникация; учет реакции общественности на сообщение.

29. Какая теория принадлежит Йохану Хейзингу?

- 1) антропологическая
- 2) вещественная
- 3) игровая
- 4) деконструктивистская

30. ПР – это:

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

38. Выберите правильные ответы

Что относится к коммуникативной революции:

- А) появление печатного станка
- Б) изобретение письменности
- В) внедрение электронных массмедиа
- Г) открытие редакции

39. Какие три уровня коммуникации Клод Шеннон выделяет?

1. технический, семантический, уровень эффективности.
2. речевой, визуальный, семантический
3. вербальный, невербальный, визуальный
4. вербальный, знаковый, технический

40. Назовите элементы коммуникации по Г. Лассуэлу

1. кто?- коммуникатор; что?- сообщение или текст; как?- канал связи; Кому?- реципиент (слушатель); с каким эффектом?- эффективность.
2. кто- коммуникатор; что?- сообщение или текст; как?- канал связи; почему? - шум-помехи при коммуникации; Кому?- реципиент(слушатель).
3. кто- коммуникатор; что?- сообщение или текст; как? - кодирование; почему? – шум, помехи при коммуникации; как? – декодирование; Кому?- реципиент(слушатель).
4. кто - коммуникатор; что?- сообщение или текст; как?- канал связи; почему?- шум, помехи при коммуникации; кому?- реципиент(слушатель); с какими последствиями?- результат.

41. Выберите общенациональные каналы:

- А) CNN
- Б) BBC
- В) Euronews
- Г) Al-Jazeera
- Д) Россия 24

42. Какие из стран имеют более развитую информационную индустрию?

- А) Россия
- Б) Япония
- В) США
- Г) Англия
- Д) Германия

43. Что являлось первой международной сетью в области коммуникации?

- А) телефон
- Б) телеграф
- В) радио

44. Какие исторические этапы развития массовых коммуникаций вы знаете?

1. устная, письменная, компьютерная фазы.
2. устная, письменная, электронная, компьютерная.
3. знаковая, устная, письменная, электронная.
4. невербальная, вербальная, символическая, перформансная.

45. В каком году была принята Окинавская хартия глобального информационного общества?

- А) 2001
- Б) 1999
- В) 2000
- Г) 1991

46. Что представляет собой понятие «новые медиа»?

1. Полноценная индустрия с собственным сегментированным рынком и профессионалами, в котором главным посредником становится интернет.
2. Механизмы доставки сведений до неопределенного круга лиц, пути донесения данных до масс, способы информирования множества людей.
3. Средства массовой информации представляют собой учреждения, созданные для открытой, публичной передачи с помощью специального технического инструментария различных сведений любым лицам.
4. Непостоянный объем аудитории, меняющейся в зависимости от проявленного интереса к той или иной передаче, сообщению или статье.

47. Что относится к нормативным теориям массовых коммуникаций?

- А) тоталитарная;
- Б) спираль молчания;
- В) советская коммунистическая;
- Г) демократическая
- Д) судебная
- Е) авторитарная

48. Вербальные коммуникации осуществляются с помощью:

- 1) жестов;
- 2) определенного темпа речи;
- 3) установления определенной дистанции между общающимися;
- 4) устной речи;

49. Стандартная модель коммуникации, принятая всеми, состоит из следующих элементов:

1. кодирование → источник → сообщение → декодирование → получатель
2. источник → кодирование → сообщение → декодирование → получатель
3. источник → кодирование → получатель → декодирование → сообщение
4. источник → кодирование → декодирование → получатель → сообщение

50. Что подразумевает формула читабельности Роберта Флеша?

1. легкость чтения и человеческий интерес к письменному материалу.
2. сложность составления текста для коммуникатора.
3. сложность восприятия или отсутствие коммуникативного канала.

4. несколько уровней восприятия информации аудиторией.

Инструкция по выполнению

Группа студентов делится на 2 подгруппы для оценки наибольшей эффективности усвоения материала. Каждая подгруппа получает свой объем тестов либо в распечатанном виде, либо в электронном. Возможно прохождение теста в соревновательном характере: на время, на развернутость ответа в дополнение к варианту ответа, на приведение примеров к предлагаемым ответам. Тесты рассматриваются студентом последовательно, маркировка правильного ответа, по мнению студента, обводится ручкой или маркером. Тексты сдаются или предоставляются (если они пройдены в электронном варианте) преподавателю. Результаты прохождения тестов, разбор ошибок преподаватель озвучивает в тот же день.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 25.

За каждый правильный ответ теста – 1 балл.

- -Оценка «отлично» 25 -20 баллов, если работа проведена на высоком уровне, даны верные ответы на 25-20 тестовых задания; ответы по тестам фактически верны в 80%, что демонстрирует наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;
- - Оценка «хорошо» 19-13 баллов, если работа проведена на хорошем уровне, правильные ответы даны на 19-13 тестовых задания; ответы по тестам фактически верны в 65%, что демонстрирует наличие достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;
- - Оценка «удовлетворительно» 12-6 баллов, если работа проведена на среднем уровне, правильные ответы даны на 12-6 заданий; дано менее 50% верных ответов что демонстрирует наличие знаний не в полном объеме пройденного курса, наличие ответов с отдельными ошибками, возможны ошибки и по применению знаний на практике;
- - Оценка «неудовлетворительно» 5 -1 балла, если работа проведена на низком уровне, правильные ответы даны на 5- 1 заданий. дано менее 20%, что демонстрирует ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов.

Перечень дискуссионных тем для круглого стола

1. Тема 1. Структура и аспекты регулирования системы международных новостей. На современном состоянии дел.
2. Тема 2. Роль глобальных СМИ в политических коммуникациях. На примере англоязычных СМИ.
3. Тема 3. Возможно ли применить теорию «Общество спектакля» Ги Дебора к современному состоянию масс-медиа. Если – да, то почему?.
4. Тема 4. Кабельное и интерактивное, спутниковое и цифровое телевидение в России и за рубежом. Особенности и общая характеристика. Отличие и преимущества.
5. Тема 5. Психолингвистические технологии политического успеха. На примерах высказываний современных российских зарубежных политиков..

6. Тема 6. Что представляют собой «новые медиа»? Как они встроены в современное информационное пространство страны и мира? Для ответа ссылайтесь на исследования А. Качкаевой и А. Амзина.
7. Тема 7. Эффекты воздействия глобальных телесетей на международную политику и дипломатию.
8. Тема 8. Характеристика и взаимодействие наиболее крупных поставщиков международной новостной информации. Особенности подачи качественной и массовой информации.
9. Тема 9. Российские глобальные информационные агентства. Становление и развитие. Проблемы государственных информационных агентств. Существуют ли факторы, влияющие на независимость ИТАР—ТАС?
10. Тема 10. Россия и информационное общество: проблемы и перспективы
11. Тема 11. Манипулятивные технологии – применение в информационном пространстве.
12. Тема 12. Перформансная коммуникация- для чего, с какой целью, как использовать?
13. Тема 13. Приемы пропаганды и контрпропаганды в современном информационном мире.
14. Тема 14. соотнесение вербальной и невербальной составляющей в текстах ЛОМов.
15. Тема 15. Коммуникативные технологии в политическом процессе (на примере выборной компании).

Программа проведения и/или методические рекомендации по подготовке и проведению.

Студентам будет предложено организовать 3 или более подгруппы для выбора темы, угла зрения на данную тему или круга тем для дискуссионного обсуждения. Подготовка для дискуссии, полемики, круглого стола требует от студента прочтения и освоения дополнительной литературы, а также, если тема касается представления современных способов создания коммуникативной ситуаций, то студентам будет предложено продемонстрировать сценарий событий или программу действий, организовать в деловой игре показ события. От студентов, организующих круглый стол, должен быть делегирован модератор для организации и успешного проведения дискуссии. Модератор так же обязан свободно владеть выбранной для обсуждения темой, знать все проблемные точки обсуждения, уметь вовремя переключить или «разогреть» дискуссию.

Критерии оценивания:

каждая задача оценивается максимум в 10 баллов. За семестр студент должен **поучаствовать в 2 заседаниях круглого стола. 20 баллов.**

Максимальное количество баллов за выступление на круглом столе –10 баллов. 10*2=20.

- - Оценка «отлично»: 10-8 баллов для каждой задачи из 10 баллов возможных. Изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины по данной теме; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой, особое значение будет иметь: приведение дополнительных примеров из практической деятельности для аргументов в дискуссии;

- - Оценка «хорошо»: 7- 5 баллов – частичное решение - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения по выданной для дискуссии теме, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и

стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;

- - Оценка «удовлетворительно» 4-3 балла - наличие неуверенности и неточности в знаниях в объеме пройденного курса в соответствии с целями выбранной для дискуссии темы, изложение ответов с отдельными ошибками, но исправленными после дополнительных вопросов; частично правильные действия по применению знаний на практике;

- - Оценка «неудовлетворительно» 2-0 баллов - ответы не связаны с выбранной темой, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Темы эссе

1. Исследуйте невербальный этикет вербальной коммуникации. По выступлениям современных политиков.
2. Оцените сравнительную характеристику принципов ведения диалога на любом ток-шоу современности.
3. Характеристика лингвистических приемов манипуляции общественным сознанием. (на примере 2 изданий).
4. Исследование особенностей политической риторики на примере речей действующего политика.
5. Охарактеризуйте уровень техники речи и использования идеологических конструкций в современном коммуникативном пространстве.
6. Психолингвистические технологии политического успеха: в чем они и как применять?
7. Особенности коммуникативных технологий в политическом процессе. На примере выборной компании.
8. Эффекты воздействия глобальных телесетей на международную политику и дипломатию.
9. Особенности проявления мифологического сознания в коммуникативном современном взгляде на действительность.
10. Приемы и инструменты иллюстративной составляющей в рекламной политической кампании.
11. Проблемы верификации в современном информационном пространстве. Пути решения.
12. Охарактеризуйте принципы работы информационных агентств по всему миру. Проблемы государственных информационных агентств. Сравните работу инф. агентств Европы и Азии.
13. Законы и продзаконные акты, регулирующие рекламную и пиар коммуникации.
14. Законы и продзаконные акты, регулирующие работу СМИ во время избирательной кампании.
15. Законы и продзаконные акты, регулирующие работу новых информационных площадок в интернете.
16. Охарактеризуйте достоинства и недостатки различных способов и видов печати.
17. Способы измерения эффектов и эффективности коммуникации. Определение эффективности в зависимости от стадии воздействия информационного сообщения на индивида.

18. Какие научные и технические открытия 15-19 вв. способствовали прогрессу в сборе, создании и передаче информации. (с именами ученых и датами их открытий в области типографского дела).
19. Охарактеризуйте модель коммуникации на основе контент-анализа, предложенную Оле Хольсти. Выявите алгоритм схемы, предложенной О. Хольсти. На примере 3-х СМИ.
20. Опишите основные аспекты воздействия СМИ на массовое сознание и на формирования общественного мнения в работе У. Липпмана «Общественное мнение». Исследуйте эти приемы в современных текстах СМИ.

Методические рекомендации по написанию, требования к оформлению:

Студент самостоятельно по желанию может выбрать тему, угол зрения на данную тему или круг тем, либо провести исследование коммуникативной культуры журналиста или коммуникативных процессов современности, типологического облика средств массовой информации России. Подготовка эссе требует от студента прочтения и освоения дополнительной литературы, а также, если тема касается исследования коммуникативных средств издания, то и анализа выбранного средства массовой информации.

Эссе – своеобразное квалификационное сочинение, позволяющее судить об уровне научной культуры пишущего. 1. Текст работы должен быть распечатан на компьютере на одной стороне стандартного листа белой бумаги (формата А4) через 1,5 интервала. Широко используемыми шрифтами являются: кегль 14. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего – 20 мм, нижнего – 20 мм. Текст выравнивается по ширине.

Все страницы нумеруются кроме титульного листа Цифру, обозначающую порядковый номер страницы, ставят в середине верхнего поля страницы.

Каждая глава начинается с новой страницы. Это правило относится к другим основным структурным частям работы: Введение, Заключение, Библиографическому списку, Приложение.

Расстояние между названием главы и последующим текстом должно быть равно трем интервалам. Такое же расстояние выдерживается между заголовками главы и параграфа. Не допускается подчеркивание заголовков и перенос слов в заголовке.

Фразы, начинающиеся с новой (красной) строки, печатают с абзачным отступом от начала строки, равным 1,25 см.

Таблицы, рисунки, чертежи, графики, фотографии как в тексте работы, так и в приложении должны быть выполнены на стандартных листах размером 210x297 мм (формат А - 4) или наклеены на стандартные листы белой бумаги. Подписи и пояснения к фотографиям, рисункам помещаются с лицевой стороны.

2. Главы и параграфы должны быть пронумерованы, что позволит составить «Содержание» работы. Для этого используются римские и арабские цифры, прописные и строчные буквы в сочетании с делением на абзацы. Допускается отсутствие слов «часть», «раздел», «глава», «параграф».

3. Библиографический аппарат – в алфавитном порядке оформляется в соответствии Библиографические описания в списках должны быть составлены в соответствии со следующими ГОСТами:

1. ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

2. ГОСТ 7-82-2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления».

3. ГОСТ 7.0.12-2011 «Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний в русском языке. Общие требования и правила».

Критерии оценивания:

Максимальное суммарное количество баллов за эссе или доклад – 5 баллов.

Воспользоваться выполнением задания можно 5 раз за семестр: 5 x 5=25.

Инструкция по выполнению:

Для подготовки к эссе студенту необходимо самостоятельно подготовить ответ на один из вопросов по каждому разделу, снабдив свое исследование иллюстративным рядом.

5 баллов, если дан развернутый ответ на вопрос, в ответе приводятся ссылки на научную и учебную литературу, изученную при подготовке. Его эссе является полным, самостоятельным, содержит элементы анализа, знание коммуникативных технологий средств массовой коммуникации и их подтверждение, знание исторических практик в коммуникации и их применение для повышения профессионализма; Ответ сопровождается красочной и информативной презентацией;

4 балла, если дан развернутый ответ на вопрос, в ответе приводятся ссылки на основную учебную литературу, изученную при подготовке к ответу. Его эссе является полным, самостоятельным, но содержит элементы отступа от логического анализа, знание коммуникативных технологий средств массовой коммуникации и их подтверждение, знание исторических практик в коммуникации и их применение. Ответ сопровождается презентацией с имеющимися недочетами;

3 балла, если ответ на вопрос логически не выстроен, содержит ряд фактических неточностей, в ответе студент не ссылается на источниковую базу; Его эссе является не полным, но самостоятельным, и содержит слабые или не логические элементы анализа; Ответ сопровождается презентацией с грубыми недочетами;

2 балла, если его эссе, доклад является не полным, несамостоятельным, не содержит элементы анализа коммуникативных технологий новейших средств массовой коммуникации, если он логически не выстроен, содержит множество фактических ошибок, студент не может ответить на дополнительные наводящие вопросы и прокомментировать источники транслируемой в ответе информации. Ответ не сопровождается презентацией;

1-0 баллов, если вопрос не подготовлен или ответ на вопрос подготовлен, однако не соответствует выбранной теме, не раскрывает суть вопроса, ответ характеризуется критическим количеством фактических ошибок и нарушений логической связности высказывания. Ответ не сопровождается презентацией.

Кейс-задание 1

Кейс-задание 1. Прочтите работу Маршалла Маклюэна «Понимание медиа: внешнее расширение человека», ч. I., ч. II. Дайте развернутое объяснение феномену М. Маклюэна: «Средство коммуникации есть сообщение». Прокомментируйте понятия, введенные М. Маклюэном: «племенной человек, типографический, индустриальный», «электронное общество», «электрические, электронные СМИ». Как изменилось общество с эпохой электричества? Что М. Маклюэн относит к средствам коммуникации? Как медиа расширяют, продолжают человека? Объясните его изречения о телевидении как средстве коммуникации, «шарообразном космосе» и «глобальной деревне». Дайте развернутое объяснение феномену, выдвинутому М. Маклюэном: «Средство коммуникации есть

сообщение», что собой представляет «структурно-резонансная мозаичность телевизионного изображения», как изменилась «пространственно-временная организация восприятия информации». Каков способ восприятия мира, который формируют СМК? Поясните понятия с примерами «холодные и горячие» средства коммуникации.

Цель – максимально полно, доходчиво и интересно рассказать о феномене открытом М. Маклюэном в описании и характеристике электронной коммуникации. По завершению анализа создайте исследовательский материал с опорой на современные примеры.

Кейс-задание 2. Дайте характеристику уровням общения по А.Б. Добрович: примитивный, манипулятивный, стандартизированный, конвенциональный, игровой, деловой, духовный. Найдите примеры из современных форм коммуникативного взаимодействия (фильмы, ТВ-передачи, книги и т.д.), которые могут характеризовать все уровни. Найдите видео с выступлением ведущих политических фигур, выявите уровни общения их по классификации А. Добровича.

Создайте тексты диалогов к каждому из вышеперечисленных уровней общения. Объединившись в мини-группу по 2 человека, продемонстрируйте созданные вами диалоги, комментируя характеристику всех 7-ми уровней общения.

Цель – осознавать приемы и уметь выстраивать коммуникацию в соответствии с коммуникативными требованиями, уметь распознавать примы коммуникативного общения своего визави.

Кейс-задание 3. Опишите элементы модели коммуникации, предложенной Гарольдом Лассуэлом, охарактеризуйте их. Вспомните, что Лассуэл внес в модель коммуникации своей схемой. Возьмите 2 текста из различных средств массовой информации и проанализируйте их по предложенной Лассуэлом схеме семи вопросов (по дополненной схеме). Сделайте выводы, сравните результаты исследования. Упор в исследовании сделайте на эффекте и эффективности коммуникации, какие средства и способы позволяют отследить эффективность коммуникации.

Цель – знать приемы создания коммуникации, ее элементы, уметь управлять коммуникативным эффектом, уметь отслеживать коммуникативную эффективность текстов.

Кейс-задание 2

Кейс-задание 1. Прочтите книгу Э. Тоффлера «Три волны». Опишите черты новой, «океанической» волны «супериндустриальной» цивилизации по Э. Тоффлеру. Исследуйте определения и понятия: стандартизация, специализация, синхронизация, концентрация, максимизация, централизация. Найдите свои примеры этим понятиям. Дайте определение двум тенденциям, выявленным Тоффлером: диверсификация общества и ускорение исторического процесса, порассуждайте к чему приведут эти явления? Что значит «модульный» человек? Можете ли вы найти в современных моделях коммуникаций отражение действий «модульного» человека? Что собой представляет футуршок по Э. Тоффлеру? Каковы могут быть последствия футуршока? Запишите свои наблюдения в исследовательском материале.

Цель: сформировать понимание у студентов современных процессов в коммуникативном пространстве. Уметь создавать аналитическую и прогностическую виды информации.

Кейс-задание 2. Примените на практике один из методов исследования особенностей невербального общения: определите свойства темперамента по речевому поведению, определив влияние темперамента на невербальную коммуникацию. Понаблюдайте за речью любого знакомого либо известного ньюсмекера, политика. Собеседник не должен знать о вашем намерении определить его темперамент. Общение должно проходить в виде

беседы на нейтральную тему либо прослушивания диалога в записи. Вы должны сосредоточить внимание только на формальных аспектах речевого поведения вашего визави: перепады интонации, длительность высказываний, частота обращений к партнеру, легкость включения в разговор, громкость голоса, плавность и гладкость речи, быстрота реакции (ответов), паузы-остановки, эмоциональные характеристики, междометия, явные грамматические нарушения, новообразования, речевые слова-паразиты. Обращайте также внимание на использование невербальных средств в процессе общения, запоминая или помечая, что сопровождало тот или иной отрезок речи: жесты, мимика лица, положение головы, поза. Для оценки невербальных средств воспользуйтесь общеизвестными классификациями-объяснениями. За основу для исследования возьмите классификацию созданную Б.М.Тепловым: «Темпераметром называется характерная для данного человека совокупность психических особенностей, связанных с эмоциональной возбудимостью, т.е. быстротой возникновения чувств, с одной стороны, и силой их - с другой.» Темперамент имеет 2 компонента- активность и эмоциональность. Активность поведения характеризует степень энергичности, стремительности, быстроты или, наоборот, медлительности и инертности. Эмоциональность характеризует протекание эмоциональных процессов, определяя знак (положительный или отрицательный) и модальность (радость, горе, страх, гнев и др.).

Шкалы коммуникативного темперамента:

1. Социальная эргичность
2. Социальная пластичность
3. Социальный темп
4. Социальная эмоциональность.

Цель: формирование у студентов понимания элементов и характеристик коммуникативного поведения. Понимание результатов коммуникативного общения для профессиональных нужд журналиста и верного выбора стратегии интервьюирования визави. Знание способов их улучшения.

Кейс-задание 3. Современный немецкий исследователь Эрнст Кассирер говорил: «человек - это не мыслящее животное, а символическое животное, а культура - это символическая вселенная со значимыми мифами» - поясните эту мысль. Охарактеризуйте с точки зрения особенностей мифологической коммуникации «Модель «привратника» Курта Левина и теорию «Общество спектакля» Ги Дебора, теорию Г. Шиллера «5 мифов». Дайте характеристику мифологизации медийной коммуникации. Подтвердите ответ примерами. Найдите тексты, опубликованные в СМИ, в которых используются традиционные и современные мифологемы. Составьте исследовательский аналитический обзор по выбранным вами текстам.

Для проведения исследования читаем работу Герберта Шиллера «Манипуляторы сознанием». Читать: введение Я.Н. Засурского, Гл. 1. О 5 мифах, (с. 15-28), + 2 метода, формирующих сознание (с. 29-33). Гл. 7. Манипуляторы сознанием в новом измерении (С. 159-181). Часть 2. Гл. 1. Концепция культурного империализма (с. 212-218. Выявите мифологические представления в литературе 20-го века: в текстах А. Платонова, В. Пелевина, В. Ерофеева.

Цель: сформировать умение отличать цели, виды, элементы мифологической коммуникации. Сформировать профессиональное умение создавать тексты контрпропаганды.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 10. Выполнив все задания, студент получает максимальное количество баллов – 30.

- **10-8 баллов** выставляется, если кейс-задние полностью выполнено в соответствии с

требованиями, т.е. произведен качественный анализ обозначенного текста или схемы или классификации; исследование содержит авторские результаты и выводы, визуализированные в графическом виде; результаты произведенного исследования оформлены полностью в соответствии с техническими требованиями, снабжены приложениями и литературой; публичная презентация результатов кейс-задания дополняется визуальным сопровождением; в ходе публичной презентации студент может четко, развернуто и аргументировано ответить на вопросы по теме, демонстрируя свободное владение теоретическим и практическим материалом;

- **7-5 баллов** выставляется, если кейс-задание в целом выполнено в соответствии с требованиями, но есть недочеты, т.е. в целом произведен анализ обозначенного текста или схемы или классификации; исследование содержит авторские результаты и выводы, но они не визуализированы в графическом виде; результаты произведенного исследования оформлены в соответствии с техническими требованиями, но с недочетами, публичная презентация результатов кейс-задания дополняется визуальным сопровождением; в ходе публичной презентации студент не всегда может четко, развернуто и аргументировано ответить на вопросы по теме, демонстрируя свободное владение теоретическим и практическим материалом;

- **4-1 балл** выставляется, если кейс-задание не выполнено в соответствии с требованиями, т.е. хотя и произведен анализ обозначенного текста или схемы или классификации, но не по всем обозначенным критериям; или элементам исследования не содержит авторских результатов и выводов; результаты произведенного исследования не оформлены в соответствии с техническими требованиями, не снабжены приложениями и литературой; публичная презентация результатов кейс-задания не дополняется визуальным сопровождением; в ходе публичной презентации студент не может четко, развернуто и аргументировано ответить на вопросы по теме, демонстрируя свободное владение теоретическим и практическим материалом;

- **0 баллов** выставляется, если студент отказался выполнить кейс-задание.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации устно. Количество вопросов в экзаменационном задании – 3. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику промежуточной аттестации, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются особенности развития коммуникативных процессов современности, виды коммуникаций от вербальной и знаковой к перформансной и политической, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовки к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки осуществления профессиональной деятельности с учетом специфики средств массовой коммуникации.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий посредством проведения круглых столов и выполнения студентами кейс-заданий, решения тестовых заданий, написания исследовательской (обзорной) работы в формате эссе. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

Методические указания по написанию эссе.

Цель написания эссе – самостоятельное глубокое изучение выбранной темы и анализ некоторых вопросов по ней; получение навыков библиографического поиска информации, аналитической работы с литературой. Эссе – самостоятельная творческая работа студента, оно должно быть целостным и завершенным. Автор должен продемонстрировать умение разбираться в проблеме, систематизировать знания, применять творческий подход на практике.

Требования к эссе

Авторство: Эссе должно быть авторским, плагиат – недопустим. Цитаты и изречения других авторов, учебные и методические материалы должны иметь ссылки на первоисточники.

Тема: Эссе выполняется по одной из предложенных тем по выбору обучающегося. Также допустимы предложения тем самими студентами.

Литература: При написании работы необходимо использовать рекомендованную литературу.

Рекомендованный объем эссе – 4-5 страниц.

Структура эссе.

Введение. В нём нужно рассказать, о чём пойдёт речь в работе, а также обозначить свой тезис – то, что будет доказывать на протяжении всего эссе.

Основная часть. В ней нужно привести аргументы и доказательства тезиса. Это могут быть примеры из художественной литературы, ссылки на научные исследования и даже обращение к своему жизненному опыту.

Заключение. В нём нужно подытожить сказанное выше и сделать общие выводы, а также показать, что тема эссе раскрыта, а тезис – доказан.