

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 20.01.2025 11:27:31

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 семестрам**

Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	7 (4.1)		8 (4.2)		Итого	
	Неделя		10			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	30	30	46	46
Практические	32	32	30	30	62	62
Итого ауд.	48	48	60	60	108	108
Контактная работа	48	48	60	60	108	108
Сам. работа	24	24	48	48	72	72
Часы на контроль			36	36	36	36
Итого	72	72	144	144	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:

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:

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 и 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	"Предпосылки, возникновение, развитие средств массовой коммуникации как особой формы сосуществования социума. Виды, функции, особенности, критерии определения массовой коммуникации» Экономическая и политическая ситуация в мире и отдельных регионов страны. Новые технологии, применяемые в СМИ. Становление информационного общества. Определение и признаки И.О. Формы существования социума. / Лек /	7	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.9, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.2	«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. / Пр /	7	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.3	"Исследование этапов коммуникационной революции» Рассматриваются предпосылки новейших технологий для современной периодической печати (газеты, журналы). Четыре этапа коммуникационной революции: письменность, книгопечатание, электричество, микропроцессорная технология. / Ср /	7	8	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.4	"Роль радио и сотовой связи как новейших средств массовой коммуникации в современном обществе. История возникновения и развития видеокommunikаций» История возникновения радио. Развитие сотовой связи в России. Массовые коммуникации прошлого и будущего. массовые коммуникации на современном этапе развития общества История возникновения и развития видеокommunikаций. Видео и	7	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.8, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3

	телевидение. Цифровое видео. Правовые и эстетические аспекты». / Лек /				
1.5	Исследование роли радио и сотовой связи как новейших средств массовой коммуникации в современном обществе. История возникновения и развития этого вида коммуникации» Новейшие формы аудиоформата в общении с аудиторией, сегментация ЦА. / Пр /	7	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.6	«Причины и предпосылки появления кабельного телевидения. Предыстория спутникового телевидения». Дефицит и асют и «открытая территория». Модели кабельного телевидения. География кабельных коммуникаций. Освоение космоса и начало спутниковых ретрансляций. Технология спутникового вещания. Телемосты как механизм «нового мышления». / Лек /	7	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л1.10, Л2.1, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.7	Исследование причин и предпосылок появления кабельного телевидения. Предыстория спутникового телевидения. Исследование новых форм, инструментов и возможностей современного ТВ. Исследование М. Маклюена о ТВ и телегенности" Галактика Гуттенберга" и"Новые медиа: расширение человека" / Пр /	7	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.8	"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. Работы Йони Масуды, Даниела Белла, Элвина Тоффлера, Мануэля Кастельса. Определите вклад в понимание этого этапа развития общества был сделан каждым из ученых. / Лек /	7	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.4, Л1.7, Л1.9, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.9	Исследование теорий коммуникации о формировании и развитии информационного общества» Труды известных исследователей 20 -21 вв. 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 /	7	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.3
1.10	Исследование и сравнительная характеристика концепций информационного общества учеными Д.Белл, О. Тоффлер. М. Кастельси.др. / Ср /	7	6	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.11	Исследование современного взгляда на теорию коммуникации. Понимание ключевых теорий, концепций и моделей в сфере масс-медиа» Четыре теории прессы, выявленные Ф. Сибертом, У Шраммом и Т. Питерсоном. Роль медиа в демократическом обществе: американская традиция анализа (У. Липпман, Д. Дьюи, Чарльз Райт Миллс). Теория «Спираль молчания» Элизабет Нозль-Нойман. Теория «Общество спектакля» Ги де Бора. «Теория диффузии» Эверетта Роджерса и шесть этапов, которые проходит новая идея для адаптации инновации. «Модель «привратника» Курта Левина. / Лек /	7	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.12	Исследование современного взгляда на теорию коммуникации. Ключевые теории, концепции и модели в сфере масс-медиа» Четыре теории прессы, выявленные Ф. Сибертом, У Шраммом и Т. Питерсоном. Роль медиа в демократическом обществе: американская традиция анализа (У. Липпман, Д. Дьюи, Чарльз Райт Миллс). Теория «Спираль молчания» Элизабет Нозль-Нойман. Теория «Общество спектакля» Ги де Бора. «Теория диффузии» Эверетта Роджерса и шесть этапов, которые проходит новая идея для адаптации инновации. «Модель «привратника» Курта Левина. / Пр /	7	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.13	Схемы моделей коммуникации: характеристики, особенности, применение» Особенности и характеристика воздействия СМИ на массовое сознание и формирования общественного мнения в работах исследователей начала и середины 20 века. Схемы моделей коммуникации: Гарольда Лассуэла, Клода Шеннона-Уивера, Романа Якобсона, контент-анализ Оле Хольсти. Модель	7	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.5, Л1.7, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5

	Осгуда-Шрамма и др. / Лек /				
1.14	"Применение схем моделей коммуникации к текстам и сообщениям современных масс-медиа» Особенности и характеристика воздействия СМИ на массовое сознание и формирования общественного мнения в работах исследователей начала и середины 20 века. Схемы моделей коммуникации: Гарольда Лассуэла, Клода Шеннона-Уивера, Романа Якобсона, контент-анализ Оле Хольсти. Модель Осгуда-Шрамма и др. / Пр /	7	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
Раздел 2. Видеокommunikации и телевидение: развитие и перспективы					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
2.1	«Журналистика в информационном обществе. Появление и исследование новых медиа» 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. / Лек /	7	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.2	«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 /	7	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.3	«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. / Пр /	7	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.4	Исследование новых медиа. Новые подходы в исследовании медиа» Появление массовой коммуникации. Традиционные масс-медиа и Новые медиа. Основные черты, отличающие новые медиа от старых. Нью-медиа как характер исследований коммуникаций. Новые коммуникационные технологии. / Пр /	7	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.5	Исследование новых медиа. Новые подходы в исследовании медиа» Появление массовой коммуникации. Традиционные масс-медиа и Новые медиа. Основные черты, отличающие новые медиа от старых. Нью-медиа как характер исследований коммуникаций. Новые коммуникационные технологии. / Ср /	7	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.6	«Компьютерная коммуникация как новая форма работы журналиста» Значение термина «Компьютерная коммуникация». Расширение компьютерных коммуникаций. Основные концепции и теоретические предложения / Пр /	7	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.7	«Предпосылки, возникновение, развитие средств массовой коммуникации как особой формы сосуществования социума» 1. МануэльКастельс – 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 /	7	6	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.3
2.8	/ Зачёт /	7	0	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5

Раздел 3. «Современное коммуникативное пространство: виды, особенности, характеристики, приемы»					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
3.1	Современные виды коммуникации: вербальная, визуальная, знаковая, перформансная коммуникация, мифологическая коммуникация» Понятие «информационный квадрат», правила и условия его работы. Характеристика, уровни воздействия и оптимальные стратегии вербальной коммуникации. Характеристика, виды позитивных и негативных сигналов визуальной, их расшифровка в визуальной коммуникации. Соотношение визуальной и знаковой коммуникации. Социальный темп и социальная эргичность собеседника. Характеристика, виды, особенности перформансной коммуникации. Схема перформансной трансформации театральности в ритуал и обратно. Особенности перформанса протестного, политического, спортивного, культурологического. Особенности, виды, характеристики, применение стереотипов, ценностей, мифов. Характеристика, составляющие компоненты мифологической коммуникации. / Ср /	8	6	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.3
3.2	«Современные виды коммуникации: вербальная, визуальная, знаковая, перформансная коммуникация, мифологическая коммуникация» Понятие «информационный квадрат», правила и условия его работы. Характеристика, уровни воздействия и оптимальные стратегии вербальной коммуникации. Характеристика, виды позитивных и негативных сигналов визуальной, их расшифровка в визуальной коммуникации. Соотношение визуальной и знаковой коммуникации. Социальный темп и социальная эргичность собеседника. Характеристика, виды, особенности перформансной коммуникации. Схема перформансной трансформации театральности в ритуал и обратно. Особенности перформанса протестного, политического, спортивного, культурологического. Особенности, виды, характеристики, применение стереотипов, ценностей, мифов. Характеристика, составляющие компоненты мифологической коммуникации / Лек /	8	10	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.3	«Современные виды коммуникации. Вербальная коммуникация, визуальная коммуникация» Охарактеризуйте уровни воздействия вербальной коммуникации, приведите подтверждающие примеры на каждом уровне воздействия от смыслового, звукового до технического. Подберите примеры, характеризующие оптимальные стратегии вербального воздействия. Приведите примеры позитивных и негативных сигналов визуальной коммуникации. Просмотрите речь выступления политика любого ранга, выявите в ней вербальные и визуальные формы коммуникации, оцените их. / Пр /	8	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.4	«Современные виды коммуникации: знаковая коммуникация: особенности формирования, применение, отличие от иных коммуникативных форм / Пр /	8	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.5	Современные виды коммуникации. Перформансная коммуникация, мифологическая коммуникация» Охарактеризуйте примеры перформансной коммуникации, отраженной в СМИ, направленной на различные типы аудиторий: интегрированную, случайную и приглашенную, интегрально-ритуальную, случайно-ритуальную. Схема Ричарда Шехнера перформансной трансформации театральности в ритуал и обратно. Характеристика форм коммуникации и персон, инициировавших действие: по примерам перформанса протестного, политического, спортивного, культурологического. Примеры оставляющих компонентов мифологической коммуникации. Подберите примеры видов, выявите особенности и характеристики стереотипов, ценностей, мифов. Охарактеризуйте, что дает сообщению и коммуникатору присоединение к мифам и мифологемам. Объясните современные мифы с точки зрения коммуникатора / Пр /	8	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.6	Феномен интернет-журналистики» Особенности интернет-журналистики. Веб-технологии	8	8	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3

	журналистики / Ср /				
3.7	«Современные виды коммуникации: политическая коммуникация: политическая пропаганда, политическая рекламная, политический паблик-рилейшнз. Характеристика, виды, особенности пропаганды. Методы и приемы создания пропагандистских сообщений и контрпропаганды. Реклама как форма политической стратегии. Виды, жанры, приемы. Пиар как форма организации политических мероприятий. Формы, жанры, инструменты. / Лек /	8	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.8	Современные виды коммуникации: политическая коммуникация: политическая пропаганда, Характеристика, виды, особенности пропаганды. Методы и приемы создания пропагандистских сообщений и контрпропаганды. / Пр /	8	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.3
3.9	Современные виды коммуникации: политическая коммуникация: политическая рекламная, политический паблик-рилейшнз. Реклама как форма политической стратегии. Виды, жанры, приемы. Пиар как форма организации политических мероприятий. Формы, жанры, инструменты. / Пр /	8	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.10	Современные виды коммуникации: политическая коммуникация: политическая рекламная, политический паблик-рилейшнз. Реклама как форма политической стратегии. Виды, жанры, приемы. Пиар как форма организации политических мероприятий. Формы, жанры, инструменты. / Ср /	8	10	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.3

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 /	8	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.3
4.2	«Интернет-журналистика как предмет исследования» Особенности интернет-журналистики: интерактивность, мгновенность, гибкость, экономичность. Интернет как феномен культуры. / Лек /	8	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.3	«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 / Лек /	8	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.4	«Редакция интернет-издания. Конвергентные процессы в журналистике» Функции и структура веб-редакционной системы. Виды веб-редактирования. Редакционные системы: газетная, журнальная, книжная, радиовещательная, телевизионная. / Лек /	8	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.5	"Конвергентные процессы в журналистике» Функции и структура веб-редакционной системы. Отличие традиционного СМИ от конвергентного. Виды ных профессий в современной журналистике. / Пр /	8	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.6	«Редакция интернет-издания» Функции и структура веб-редакционной системы. Виды веб-редактирования. Редакционные системы: газетная, журнальная, книжная, радиовещательная, телевизионная. / Пр /	8	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.7	"Проектирование структуры сайта. Виды сайтов, виды бизнес-моделей сайтов» Типы структур сайтов, Принципы построения системы навигации. Организация домашней страницы. Заставка. Виды домашних страниц. Карта сайта. Контекстные ссылки. / Лек /	8	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.8	«Проектирование структуры сайта» Типы структур сайтов, Принципы построения системы навигации. Организация домашней страницы. Заставка. Виды домашних страниц. Карта сайта. Контекстные ссылки.	8	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3

	/ Пр /				
4.9	«Интернет-журналистика в российском медиапространстве. История и генезис развития» 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. / Пр /	8	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.10	«Интернет-журналистика в российском медиапространстве. История и генезис развития» 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 /	8	10	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.11	Исследование форм, форматов и жанров интернет журналистики. / Пр /	8	2	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.12	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 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. / Лек /	8	4	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.13	«Прагматический аспект массовой коммуникации» Экспериментально-прикладной аспект массовой коммуникации Глобализация коммуникативных процессов. Методы изучения коммуникативных процессов / Ср /	8	6	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.14	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 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 /	8	8	ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.10, Л2.1, Л2.3
4.15	/ Экзамен /	8	36	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л1.10, Л2.1, Л2.2,

Л2.3, Л2.4, Л2.5

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	Ворошилов В. В.	Журналистика: Учеб.	СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2001	46
Л1.2	Лэйхифф Д. М., Пенроуз Д. М.	Бизнес-коммуникации	СПб.: Питер, 2001	98
Л1.3	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
Л1.4	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
Л1.5	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
Л1.6	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
Л1.7	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
Л1.8	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
Л1.9	Качкаева 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
Л1.10	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	Суворов А. Б.	Основы технологий массовых телекоммуникаций: учеб. для студентов, обучающихся по напр. и спец. "Приклад. информатика"	Ростов н/Д: Феникс, 2014	30
Л2.2	Варганова Е. Л.	Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пособие	М.: Аспект Пресс, 2003	20
Л2.3		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
Л2.4	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
Л2.5		Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика	, 1946	https://www.iprbookshop.ru/56695.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. 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.ifohome-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. Медиарилейшнз. 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>ВЗ (1-26) , ВЭ (1-61), Э – эссе, Т(1- 50),</p> <p>ВЗ (1-26) ВЭ (1-61), Э – эссе, КС 1., КЗ 1 (1-3), Т (1-50)</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>ВЗ (1-26) ВЭ (1-61), Э – эссе, КС – КЗ- кейс- задания 2 (1-3)</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 зачету (7 сем)

1. Охарактеризуйте виды и свойства каждого вида коммуникации. Примеры.
2. Охарактеризуйте функции коммуникаций. Проиллюстрируйте свой ответ примерами.
3. Определите условия превращения коммуникации в массовую коммуникацию.
4. Обозначьте критерии средств и функций массовой коммуникации.
5. Определите этапы коммуникационного процесса по Гарольду Лассвэлу. Проиллюстрируйте ответ примерами.
6. Охарактеризуйте исторические этапы развития массовых коммуникаций: устная фаза, письменная фаза, книжная фаза, компьютерная фаза. Что привнес для развития коммуникационных процессов и, в частности, для развития журналистики, каждый из этапов.
7. Охарактеризуйте 4 этапа коммуникационной революции: письменность, книгопечатание, электричество, микропроцессорная технология.
8. 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).
9. Можно ли назвать коммуникационной революцией изобретение письменности, изготовление печатного станка, внедрение электронных масс-медиа?
10. Охарактеризуйте 3 этапа полиграфического процесса создания газеты.
11. Охарактеризуйте достоинства и недостатки различных способов и видов печати.
12. Выявите способы измерения эффектов и эффективности коммуникации. Определение эффективности в зависимости от стадии воздействия информационного сообщения на индивида.
13. Охарактеризуйте четыре теории прессы, выявленные Ф. Сибертом, У Шраммом и Т. Питерсоном.
14. Охарактеризуйте роль медиа в демократическом обществе: американская традиция анализа (У. Липпман, Д. Дьюи, Ч. Миллс)
15. Охарактеризуйте взаимоотношения СМИ и публичной сферы в теории Юргена Хабермаса.
16. Охарактеризуйте теорию «Спираль молчания» Элизабет Ноэль-Нойман.
17. Охарактеризуйте теорию «Общество спектакля» Ги Дебора.
18. Характеристика «Теории диффузии» Эверетта Роджерса и шесть этапов, которые проходит новая идея для адаптации инновации.
19. Охарактеризуйте «Модель «привратника» Курта Левина. Проиллюстрируйте примерами выбор новостей редакторами по данной модели.
20. Назовите составляющие линейной модели коммуникации Клода Шеннона-Уивера, охарактеризуйте назначение элементов модели. Определите значение семантического шума.
21. Охарактеризуйте подход и элементы функциональной модели, предложенной Романом Якобсоном. Каждую функцию проиллюстрируйте примерами.
22. Охарактеризуйте моделей коммуникации на основе контент-анализа, предложенную Оле Хольсти. Выявите алгоритм схемы, предложенной О. Хольсти.
23. Опишите циркулярную модель Осгуда-Шрамма.

24. Найдите и опишите современное явление, формируемое в общественном сознании по правилам и этапам «окна Овертона» (явление взять не из инета, а выявить самостоятельно).

25. Опишите основные аспекты воздействия СМИ на массовое сознание и формирования общественного мнения в работе У. Липпмана «Общественное мнение».

26. Проиллюстрируйте примерами пять мифов манипуляции сознанием, выделенных Г. Шиллером в его работе «Манипуляторы сознанием».

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 100.

На зачете студенту предлагается ответить на 3 теоретических вопроса.

Критерии оценивания отдельного вопроса:

– 100-50 баллов (оценка «зачтено»). Ответы на вопросы аргументированы, продемонстрировано наличие исчерпывающих знаний, грамотное и логически выстроенное изложение материала при ответе.

– 49-0 балла (оценка «не зачтено»). Ответы на вопросы сформулированы некорректно, продемонстрированы неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Вопросы к экзамену (8 сем.)

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 «Глонас» (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 Bloomberg 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 «сетового 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.

(7 семестр)

Вопросы

1. Какая телекомпания сыграла ключевую роль в развитии международного спутникового вещания

- а) BBC
- б) Euro news
- в) CNN

2. Глобализация новостей осуществляется посредством

- а) спутниковой системы
- б) компьютерной системы
- в) мобильного телефона

3. Кто из ученых скорректировал концепции глобальной «деревни»

- а) М. Кастельс
- б) М. Макмюэн
- в) О. Тоффлер

4. В каком году был создан международный консорциум по спутниковой связи ITALSAT?

- а) 1964
- б) 1971
- в) 1984

5. Как называлась первая сеть Интернета

- а) APRANET
- б) RASCOM
- в) ITALSAT

6. На каких два лагеря делит мир информационное неравенство

- а) бедных и богатых
- б) средний класс и богатых
- в) ниже среднего и средний

7. С развитием каких технологий возникла проблема цифрового раскола между нациями

- а) телевизионных
- б) спутниковых
- в) коммуникационных

8. Цель глобальных теленовостей

- а) осветить проблемы и конфликты
- б) стихийные бедствия

в) светские скандалы

9. Создатель CNN - первой глобальной телесети

а) Тед Тернер

б) Р.Мэрдок

в) Эндрю Гиллиган

10. Где расположена центральная студия BBC World

а) Вашингтон

б) Лондон

в) Пекин

11. BBC World – это организация:

а) коммерческая

б) государственная

в) военная

12. Как финансируется BBC World?

а) реклама

б) правительство

в) абонентская плата

13. Главная концепция BBC World?

а) развлекательные программы

б) новостные программы

в) финансово- экономические

14. Начало вещания Euronews

а) 1990

б) 1993

в) 1989

15. Euronews - это телесеть

а) международная

б) европейская

в) азиатская

16. Российские зрители смотрят программы Euronews с

а) сентября 2001

б) декабря 2002

в) августа 2003

17. Отличительная особенность программ Euronews

а) культура

б) экономика

в) политика

18. Al – Jazeera представляет

а) политику США

б) культуры Европы

в) цивилизацию Востока

19. Al – Jazeera это телекомпания

а) независимая

б) государственная

в) частная

20. Al – Jazeera была основана в

а) 1991

б) 1996

в) 2000

21. Телесеть финансово-экономических новостей

а) CNN

б) CNBC

в) BBC

22. Самый популярный интервьюер

а) Тим Себастиан

б) Лари Кинг

в) Стивен Коул

23. Взаимодействие телесетей с Интернетом это:

а) телевидение в сети

б) глобальные информационные ресурсы

в) Интернет компании

24. После каких международных событий появился термин «эффект CNN»

а) война в Персидском заливе

б) война в Афганистане

в) военная операция США на Гаити

25. Можно ли считать глобальное телевидение участником международной спутниковой связи?

а) да

б) нет

в) относительно

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.

25 -20 баллов, если работа проведена на высоком уровне, даны верные ответы на 25-20 тестовых задания; дано более 80% верных ответов;

19-13 баллов, если работа проведена на хорошем уровне, правильные ответы даны на 19-13 тестовых задания; дано более 50% верных ответов;

12-6 баллов, если работа проведена на среднем уровне, правильные ответы даны на 12-6 заданий; дано менее 50% верных ответов;

5 -1 балла, если работа проведена на низком уровне, правильные ответы даны на 5- 1 заданий. дано менее 20% верных ответов;

Тестовые задания письменные и/или компьютерные 2. (8 семестр)

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 (7 сем.)

1. Тема 1. Исследование языкового имиджа политика (на примере 2 персон)
2. Тема 2. Исследование языкового имиджа руководителя (желательно на примере руководителя регионального уровня)
3. Тема 3. Характеристика лоббирования как основного инструмента влияния на властные структуры.
4. Тема 4. Исследуйте и охарактеризуйте невербальный этикет вербальной коммуникации любого публичного лица.
5. Тема 5. Исследование мультимедийного элемента в современных жанрах, сравнительная характеристика из нескольких изданий.
6. Тема 6 Исследование использования приемов коммуникативного воздействия в приемных государственных институтов.
7. Тема 7. Интернет – как инструмент формирования общественного мнения
8. Тема 8. Речевая агрессия и средства её преодоления Работа с инвесторами – формы, особенности, значение.
9. Тема 9. Особенности мифологизации сознания в современном обществе
10. Тема 10. Методы манипулятивного влияния на аудиторию. Сравнительная характеристика приемов.
11. Тема 11. Способы и методы исправления коммуникативных ошибок.
12. Тема 12. Условия превращения коммуникации в массовую коммуникацию.

13. Тема 13. Современное состояние интернет-СМИ. 4 этапа развития World Wide Web.(Web 1.0, Web2.0, Web3.0, Web 4.0) Общественные организации, контролирующие развитие Интернет.

14. Тема 14. Охарактеризуйте процессы современного состояния масс-медиа, формирующих приемы внедрения инноваций. Опираясь на «Теорию диффузии» Эверетта Роджерса и шесть этапов, которые проходит новая идея для адаптации инновации и «Модели «привратника» Курта Левина. Проиллюстрируйте примерами выбор новостей редакторами по данной модели.

15. Тема 15. Четыре теории прессы, выявленные Ф. Сибертом, У Шраммом и Т. Питерсоном.(современное применение) Исследуйте состояние прессы разных стран.

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.

- 10-8 баллов - задача решена верно, результаты интерпретированы; 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.

- 7-5 баллов – частичное решение, наличие твердых, но не всегда 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, слабые или не верные аргументы, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;

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;

- 0 – решение неверное или отсутствует. Студент демонстрирует неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Перечень дискуссионных тем для круглого стола 2 (8 сем.)

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. соотносение 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 (7 сем)

1. Охарактеризуйте предпосылки перехода России к информационному обществу.
2. Охарактеризуйте основные мировые направления реализации перехода к информационному обществу.
3. Охарактеризуйте концепцию формирования информационного общества в России.
4. Идеи Мануэля Кастельса о возможности формирования информационного общества, как одного из самых авторитетных социальных мыслителей современного мира.
5. Охарактеризуйте основные труды отечественных ученых в области массовой коммуникации.
6. Проблемы глобализации новостей в эпоху информационной революции.
7. Сравнительная характеристика глобальных телеканалов CWW, BBC, Euronews, Al – Jazeera. Обзорное эссе.
8. Окиновская хартия глобального информационного общества: поднимаемые вопросы и перспективы.
9. Охарактеризуйте понятие: "цифровой раскол" и чем он грозит в России?
10. Охарактеризуйте современное применение в коммуникативном пространстве теории «Общество спектакля» Ги Дебора.
11. Для каких форм массовой коммуникации применима «Теория диффузии» Эверетта Роджерса и шесть этапов, которые проходит новая идея для адаптации инновации. Как она работает в современном коммуникативном пространстве?
12. Охарактеризуйте современное применение в коммуникативном пространстве «Модели «привратника» Курта Левина.

13. Охарактеризуйте современное применение в коммуникативном пространстве теории «Спираль молчания» Элизабет Ноэль-Нойман.
14. Отличие линейных моделей коммуникации от циркулярных. Создайте обзор современного состояния коммуникативных процессов, выявив плюсы и минусы каждой модели коммуникации
15. Охарактеризуйте понятие «новые медиа», Их роль и возможности, виды и особенности на примере конкретных современных платформ.
16. Назовите, какие тенденции характерны для развития современного российского радиовещания? Какие характеристики инновационного развития этого канала коммуникации присущи ему на данном этапе развития?
17. Охарактеризуйте как конвергентность коммуникативных процессов повлияла на журналистику.
18. Охарактеризуйте новые жанры, характерные для новых медиа. Найдите тексты (не менее 21 вида) в данных жанровых формах и прокомментируйте жанрообразующие признаки и приемы.
19. Исследуйте тексты современных СМИ, найдите в них примеры манипуляции сознанием, выделенные Г. Шиллером. Проиллюстрируйте примерами пять мифов манипуляции сознанием, выделенных Г. Шиллером в его работе «Манипуляторы сознанием».
20. Охарактеризуйте роль медиа в демократическом обществе: американская традиция анализа (У. Липпман, Д. Дьюи, Ч. Миллс).

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 с требованиями ГОСТ. 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– 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 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.

Темы эссе (8 сем)

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-задания 1 (7 сем.)

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 СМК». 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.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 10. Выполнив все 3 задания, студент получает максимальное количество баллов – $10 \cdot 3 = 30$.

- **10-8 баллов** выставляется, если кейс-задание 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 элементом исследования не содержит авторских результатов и выводов; результаты произведенного исследования не оформлены в соответствии с техническими требованиями, не снабжены приложениями или 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.

Кейс-задания 2 (8 сем.)

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 пометая, 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: “Темпераментом 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-задание 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 исследование не содержит авторских результатов и выводов; результаты произведенного исследования не оформлены в соответствии с техническими требованиями, не снабжены приложениями

или 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 зачета, экзамена.

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

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.

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.