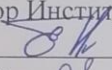


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Макаренко Елена Николаевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 23.06.2023 19:01:08  
Уникальный программный ключ:  
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

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

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Института магистратуры  
 Иванова Е.А.  
« 29 » 08 20 22 г.

**Рабочая программа дисциплины  
Журналистика как социокультурный феномен**

Направление 42.04.02 Журналистика  
магистерская программа 42.04.02.01 "Деловая журналистика и бизнес- коммуникации"

Для набора 2022 года

Квалификация  
магистр


КАФЕДРА      Русский язык и культура речи

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рп		
Лекции	8	8	8	8
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	24	24	24	24
Контактная работа	24	24	24	24
Сам. работа	80	80	80	80
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 30.08.2021 протокол № 1.

Программу составил(и): д.ф.н., профессор, Куликова Э.Г.  30.08.2021

Зав. кафедрой: д.филол.н., проф. Куликова Э.Г.  30.08.2021

Методическим советом направления: д.ф.н., профессор, Куликова Э.Г.  30.08.2021

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	1.1 формирование теоретико-методологических оснований анализа средств массовой информации
1.2	1.2 информации в контексте культурного и социального бытия.

**2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОПК-2:**Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

**ОПК-7:**Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:****Знать:**

формы взаимодействия языка и права в условиях плюрализма мнений, связь информации и функционально-смысловых типов речи (соотнесено с индикатором ОПК 2.1); базовые функции СМИ; принципы и составляющие социальной ответственности журналиста, общественную миссию журналистики. (соотнесено с индикатором ОПК 7.1)

**Уметь:**

логически грамотно выражать и аргументировать свою точку зрения по лингво-правовой проблематике, работать с источниками информации – открытыми, конфиденциальными, официальными; виды журналистского расследования. (соотнесено с индикатором ОПК 2.2); использовать приемы создания креативных средств и инструментов; - - проектировать мероприятия по продвижению организации; применять навыки выстраивания внутренних коммуникационных систем и навыки управления коммуникационными проектами. (соотнесено с индикатором ОПК 7.2)

**Владеть:**

- методами создания конкретного текста в соответствии с коммуникативно-прагматическими установками, направленностью и жанром СМИ и представлениями о мере и возможности креолизации текста;  
- аспектами изучения медиатекста в контексте политических процессов и их отражением в организации медийного пространства. (Соотнесено с индикатором ОПК 2.3); методами создания конкретного текста в соответствии с коммуникативно- прагматическими установками, направленностью и жанром СМИ и представлениями о мере и возможности креолизации медиатекста. (соотнесено с индикатором ОПК 7.3)

**3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	<b>Раздел 1. Раздел 1. Журналистика в актуальном социокультурном пространстве</b>				
1.1	Социокультурные предпосылки становления журналистики /Лек/ /Лек/	1	2	ОПК-2 ОПК-7	Л2.6 Л2.5 Л2.4 Л2.12 Л2.11 Л2.10 Л2.9 Л2.1 Л2.2 Л2.7Л3.14 Л3.13 Л3.12 Л3.11 Л3.1 Л3.10 Л3.9 Л3.8 Л3.7 Л3.2 Л3.16 Л3.3 Л3.4 Л3.15 Л3.6 Л3.5

1.2	Трансформация журналистики как специфически информационного феномена в явление социально-политической жизни и культурный репрезентант. /Пр/ /Пр/	1	2	ОПК-2 ОПК-7	Л2.6 Л2.5 Л2.4 Л2.3 Л2.12 Л2.11 Л2.10 Л2.9 Л2.8 Л2.1 Л2.2 Л2.7Л3.14 Л3.13 Л3.12 Л3.11 Л3.1 Л3.10 Л3.9 Л3.8 Л3.7 Л3.2 Л3.16 Л3.3 Л3.4 Л3.15 Л3.6 Л3.5
1.3	Критерии журналистской оценки современной социокультурной ситуации /Лек/ /Лек/	1	2	ОПК-2 ОПК-7	Л2.6 Л2.5 Л2.4 Л2.12 Л2.11 Л2.10 Л2.9 Л2.1 Л2.2 Л2.7Л3.14 Л3.13 Л3.12 Л3.11 Л3.1 Л3.10 Л3.9 Л3.8 Л3.7 Л3.2 Л3.16 Л3.3 Л3.4 Л3.15 Л3.6 Л3.5
1.4	Критерии журналистской оценки современной социокультурной ситуации /Пр/ /Пр/	1	2	ОПК-2 ОПК-7	Л2.6 Л2.5 Л2.4 Л2.12 Л2.11 Л2.10 Л2.9 Л2.1 Л2.2 Л2.7Л3.14 Л3.13 Л3.12 Л3.11 Л3.1 Л3.10 Л3.9 Л3.8 Л3.7 Л3.2 Л3.16 Л3.3 Л3.4 Л3.15 Л3.6 Л3.5
1.5	Проблема отражения социальной реальности средствами массовой информации. /Лек/ /Лек/	1	2	ОПК-2 ОПК-7	Л2.6 Л2.5 Л2.4 Л2.12 Л2.11 Л2.10 Л2.9 Л2.1 Л2.2 Л2.7Л3.14 Л3.13 Л3.12 Л3.11 Л3.1 Л3.10 Л3.9 Л3.8 Л3.7 Л3.2 Л3.16 Л3.3 Л3.4 Л3.15 Л3.6 Л3.5
1.6	Проблема отражения социальной реальности средствами массовой информации. /Пр/ /Пр/	1	2	ОПК-2 ОПК-7	Л2.6 Л2.5 Л2.4 Л2.12 Л2.11 Л2.10 Л2.9 Л2.1 Л2.2 Л2.7Л3.14 Л3.13 Л3.12 Л3.11 Л3.1 Л3.10 Л3.9 Л3.8 Л3.7 Л3.2 Л3.16 Л3.3 Л3.4 Л3.15 Л3.6 Л3.5
1.7	Проблема искажения действительности: тенденциозность и ангажированность прессы /Лек/ /Лек/	1	2	ОПК-2 ОПК-7	Л2.6 Л2.5 Л2.4 Л2.12 Л2.11 Л2.10 Л2.9 Л2.1 Л2.2 Л2.7Л3.14 Л3.13 Л3.12 Л3.11 Л3.1 Л3.10 Л3.9 Л3.8 Л3.7 Л3.2 Л3.16 Л3.3 Л3.4 Л3.15 Л3.6 Л3.5
1.8	Манипулятивные воздействия масс-медиа на общество. Мифотворческая функция СМИ /Пр/ /Пр/	1	2	ОПК-2 ОПК-7	Л2.6 Л2.5 Л2.4 Л2.12 Л2.11 Л2.10 Л2.9 Л2.1 Л2.2 Л2.7Л3.14 Л3.13 Л3.12 Л3.11 Л3.1 Л3.10 Л3.9 Л3.8 Л3.7 Л3.2 Л3.16 Л3.3 Л3.4 Л3.15 Л3.6 Л3.5

1.9	Подготовка доклада по темам, предложенным в Пр.1, с использованием ПО LibreOffice. /Ср/ /Ср/	1	80	ОПК-2 ОПК-7	Л2.6 Л2.5 Л2.4 Л2.12 Л2.11 Л2.10 Л2.9 Л2.1 Л2.2 Л2.7Л3.14 Л3.13 Л3.12 Л3.11 Л3.1 Л3.10 Л3.9 Л3.8 Л3.7 Л3.2 Л3.16 Л3.3 Л3.4 Л3.15 Л3.6 Л3.5
1.10	Субъект, объект и цель манипулятивных воздействий на сознание. /Пр/ /Пр/	1	4	ОПК-2 ОПК-7	Л2.6 Л2.5 Л2.4 Л2.12 Л2.11 Л2.10 Л2.9 Л2.1 Л2.2 Л2.7Л3.14 Л3.13 Л3.12 Л3.11 Л3.1 Л3.10 Л3.9 Л3.8 Л3.7 Л3.2 Л3.16 Л3.3 Л3.4 Л3.15 Л3.6 Л3.5
1.11	Способы манипулятивного воздействия средств массовой информации на аудиторию. /Пр/ /Пр/	1	4	ОПК-2 ОПК-7	Л2.6 Л2.5 Л2.4 Л2.12 Л2.11 Л2.10 Л2.9 Л2.1 Л2.2 Л2.7Л3.14 Л3.13 Л3.12 Л3.11 Л3.1 Л3.10 Л3.9 Л3.8 Л3.7 Л3.2 Л3.16 Л3.3 Л3.4 Л3.15 Л3.6 Л3.5
1.12	/Зачёт/ /Зачёт/	1	4	ОПК-2 ОПК-7	Л2.6 Л2.5 Л2.4 Л2.12 Л2.11 Л2.10 Л2.9 Л2.1 Л2.2 Л2.7Л3.14 Л3.13 Л3.12 Л3.11 Л3.1 Л3.10 Л3.9 Л3.8 Л3.7 Л3.2 Л3.16 Л3.3 Л3.4 Л3.15 Л3.6 Л3.5

#### 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

##### 5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Кирия И. В., Новикова А. А.	История и теория медиа: учебник для вузов: учебник	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471753">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471753</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Шпаковский В. О., Егорова Е. С., Милаева О. В., Сиушкин А. Е., Тетерина Е. А.	Технологии управления общественным мнением: учебное пособие	Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2019	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=564679">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=564679</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Большц Н.	Азбука медиа: научно-популярное издание	Москва: Европа, 2010	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=128617">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=128617</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.4	Прохоров Е. П.	Правовые и этические нормы в журналистике	М.: Аспект Пресс, 2009	20
Л2.5	Тертычный А. А.	Аналитическая журналистика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по напр. 030600 "Журналистика" и спец. 030601 "Журналистика"	М.: Аспект Пресс, 2010	10
Л2.6	Мельник Г. С.	Общение в журналистике: секреты мастерства	СПб.: Питер, 2008	15
Л2.7		Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика: журнал	Москва: Московский Государственный Университет, 2020	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=577054">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=577054</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.8	Доброзракова, Г. А.	Журналистика в системе массовой коммуникации: учебное пособие	Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71829.html">http://www.iprbookshop.ru/71829.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.9	Олешко, Е. В.	Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учебное пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/68341.html">http://www.iprbookshop.ru/68341.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.10	Корконосенко, С. Г.	Теория журналистики. Моделирование и применение: учебное пособие	Москва: Логос, 2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/51641.html">http://www.iprbookshop.ru/51641.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.11	Никитенко, А. А.	Основы медиажурналистики: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012	<a href="http://www.iprbookshop.ru/44982.html">http://www.iprbookshop.ru/44982.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.12	Асмолов, А. Г., Асмолов, Г. А., Варганова, Е. Л., Вербицкая, Ю. А., Войсунский, А. Е., Дунас, Д. В., Ениколопов, С. Н., Ефимова, Л. Л., Засурский, Я. Н., Зинченко, Ю. П., Кабрин, В. И., Карицкий, И. Н., Козлов, В. В., Коротченко, Е. А., Кузнецова, Ю. М., Матвеева, Л. В., Миронов, В. В., Назаретян, А. П., Петренко, В. Ф., Покровский, Н. Е., Пронин, Е. И., Пронина, Е. Е., Раскин, А. В., Соколова, Е. Т., Сорокина, В. В., Супрун, А. П., Чудова, Н. В., Варганова, Е. Л., Зинченко, Ю. П., Миронов, В. В.	Человек как субъект и объект медиапсихологии	Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011	<a href="http://www.iprbookshop.ru/27428.html">http://www.iprbookshop.ru/27428.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
<b>5.3. Методические разработки</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л.1	Тертычный А. А.	Жанры периодической печати: Учеб. пособие	М.: Аспект Пресс, 2002	14
Л.2	Киселёв А. Г.	Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436719">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436719</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л.3	Амзин, А., Галустьян, А., Гатов, В., Кастельс, М., Кульчицкая, Д., Лосева, Н., Паркс, М., Паранько, С., Силантьева, О., ван дер, Балмаева, С., Лукиа, М.	Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016	Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/75003.html">http://www.iprbookshop.ru/75003.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л.4	Ильченко С. Н.	Фейковая журналистика. Спецкурс: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2019	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=500661">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=500661</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л.5	Кирия И. В., Новикова А. А.	История и теория медиа: учеб. для вузов	М.: Высш. шк., 2017	1
Л.6	Тангейт М., Савина М.	Медиагиганты: как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство: научно-популярное издание	Москва: Альпина Бизнес Букс, 2006	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495834">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495834</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л.7	Синдяев А. В.	Особенности аудитории российских СМИ: монография	Москва: Лаборатория книги, 2012	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=140092">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=140092</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л.8	Коханова Л. А., Калмыков А. А.	Основы теории журналистики: учебное пособие	Москва: Юнити-Дана, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117692">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117692</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л.9	Никуличев Ю. В., Бриггз А., Кобли П.	Медиа: введение: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114784">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114784</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л.10	Березин В. М.	Массовая коммуникация : сущность, каналы, действия	М.: РИП-холдинг, 2004	5
Л.11	Вартанова Е. Л., Засурский И. И., Раскин А. В., Рихтер А. Г., Засурский Я. Н.	Средства массовой информации постсоветской России: Учеб. пособие	М.: Аспект Пресс, 2002	98
Л.12	Самарцев О. Р.	Творческая деятельность журналиста (очерки теории и практики): учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений	М.: Академ. проект, 2014	10
Л.13	Шарков Ф. И.	Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по напр. подгот. "Реклама и связи с общественностью"	М.: Дашков и К, 2014	15

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л.14	Прутков Г. В.	Введение в мировую журналистику: Антол.	М.: Омега-Л, 2003	3
Л.15	Блохин И. Н., Вартанова Е. Л., Воскресенская М. А., Корконосенко С. Г., Кругликова О. С., Корконосенко С. Г.	Теория журналистики в России: коллективная монография: монография	Санкт-Петербург: Алетейя, 2018	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=488271">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=488271</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л.16	Кинг Д.	Демократия и декаданс медиа	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=440031">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=440031</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Гарант
Консультант+
3. База данных СМИ и информационных агентств, имеющих собственные интернет-порталы – <a href="https://yandex.ru/news/smi">https://yandex.ru/news/smi</a>
4. Ведомости – <a href="https://www.vedomosti.ru/">https://www.vedomosti.ru/</a>
5. Взгляд – <a href="https://vz.ru/">https://vz.ru/</a>
6. ВЦИОМ – <a href="https://www.wciom.ru/">https://www.wciom.ru/</a>
7. Газета – <a href="https://gzt.ru/">https://gzt.ru/</a>
8. Город N – <a href="https://gorodn.ru/">https://gorodn.ru/</a>
9. Государственная система правовой информации – <a href="http://www.pravo.fso.gov.ru/">http://www.pravo.fso.gov.ru/</a>
10. Единый архив экономических и социологических данных по российской Федерации от НИУ ВШЭ – <a href="http://sophist.hse.ru/">http://sophist.hse.ru/</a>
11. Журналист – <a href="https://jrnlst.ru/">https://jrnlst.ru/</a>
12. Интерфакс – <a href="https://www.interfax.ru/">https://www.interfax.ru/</a>
13. Исследовательская компания Mediascope – <a href="https://mediascope.net/">https://mediascope.net/</a>
14. Комитет защиты журналистов – <a href="https://cpj.org/ru/">https://cpj.org/ru/</a>
15. Коммерсант – <a href="https://www.kommersant.ru/">https://www.kommersant.ru/</a>
Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
Электронно-библиотечная система «IPR Books» <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
Национальная электронная библиотека (НЭБ) <a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a>

### 5.4. Перечень программного обеспечения

ПО LibreOffice

### 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 (МОДУЛЯ)

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 (МОДУЛЯ)

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*
ОПК-2: Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах			
<p><i>знания</i> обучающийся знает формы взаимодействия языка и права в условиях плюрализма мнений, связь информации и функционально-смысловых типов речи (соотнесено с индикатором ОПК 2.1)</p>	<p>обучающийся готовит ответы на вопросы коллоквиума; выполняет тестовые задания</p>	<p>обучающийся уверенно дает полные, содержательные и развернутые ответы на вопросы коллоквиума,</p> <p>обучающийся дает верные ответы на тестовые задания в объеме не менее 50% от общего числа</p>	<p>З (1–16)</p> <p>К (1-15)</p> <p>Т (1-10)</p>
<p><i>умения</i> обучающийся умеет логически грамотно выражать и аргументировать свою точку зрения по лингво-правовой проблематике, работать с источниками информации – открытыми, конфиденциальными, официальными; виды журналистского расследования. (соотнесено с индикатором ОПК 2.2)</p>	<p>обучающийся готовит ответы на вопросы коллоквиума, сообщения, доклады, готовит письменное эссе; уместно использует языковые, невербальные, технические средства, отвечающие коммуникативным задачам</p>	<p>обучающийся уверенно дает полные и содержательные ответы на вопросы коллоквиума;</p> <p>обучающийся в ходе устных ответов и при выполнении письменных работ демонстрирует четкое понимание механизма действия и условий использования языковых и невербальных средств;</p> <p>обучающийся при подготовке доклада (сообщения) опирается на качественные научные источники, проявляет способности к аналитическому изложению</p>	<p>З (1–16)</p> <p>К (1-15)</p> <p>Э 1-8)</p> <p>Т (1-10)</p> <p>Д (1-19)</p>

		изученного материала	
<p><i>навыки</i> обучающийся владеет методами создания конкретного текста в соответствии с коммуникативно-прагматическими установками, направленностью и жанром СМИ и представлениями о мере и возможности креолизации текста; - аспектами изучения медиатекста в контексте политических процессов и их отражением в организации медийного пространства. (соотнесено с индикатором ОПК 2.3)</p>	<p>обучающийся выполняет задания, соответствующие темам занятий,; готовит доклады (сообщения) с последующей презентацией с применением технических средств или без них; готовит письменное эссе</p>	<p>количество правильных ответов обучающегося при итоговом тестировании – не менее 50% от общего числа вопросов;</p> <p>отсутствие/наличие недочетов при ответах и в процессе выполнения обучающимся заданий с применением информационных технологий и без них;</p> <p>обучающийся демонстрирует способность вести диалог с потенциальными деловыми партнерами, другими обучающимися и преподавателями в официальной и неофициальной обстановке, доказывать собственную точку зрения в ходе полемики</p>	<p>З (1–16)</p> <p>К (1-15)</p> <p>Э (1-8)</p> <p>Т (1-10)</p> <p>Д (1-19)</p>
<p>ОПК-7: Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>			
<p><i>знания</i> обучающийся знает базовые функции СМИ; принципы и составляющие социальной ответственности журналиста, общественную миссию журналистики. (соотнесено с индикатором ОПК 7.1)</p>	<p>обучающийся готовит ответы на вопросы коллоквиума; выполняет тестовые задания</p>	<p>обучающийся уверенно дает полные, содержательные и развернутые ответы на вопросы коллоквиума,</p> <p>обучающийся дает верные ответы на тестовые задания в объеме не менее 50% от общего числа</p>	<p>З (1–16)</p> <p>К (1-15)</p> <p>Т (1-10)</p>

<p><i>умения</i>  обучающийся умеет использовать приемы создания креативных средств и инструментов;  - - проектировать мероприятия по продвижению организации; применять навыки выстраивания внутренних коммуникационных систем и навыки управления коммуникационными проектами. (соотнесено с индикатором ОПК 7.2)</p>	<p>обучающийся готовит ответы на вопросы коллоквиума, сообщения, доклады, готовит письменное эссе; уместно использует языковые, невербальные, технические средства, отвечающие коммуникативным задачам</p>	<p>обучающийся уверенно дает полные и содержательные ответы на вопросы коллоквиума;    обучающийся в ходе устных ответов и при выполнении письменных работ демонстрирует четкое понимание механизма действия и условий использования языковых и невербальных средств;    обучающийся при подготовке доклада (сообщения) опирается на качественные научные источники, проявляет способности к аналитическому изложению изученного материала</p>	<p>З (1–16)  К (1-15)  Э 1-8)  Т (1-10)  Д (1-19)</p>
<p><i>навыки</i>  обучающийся владеет методами создания конкретного текста в соответствии с коммуникативно-прагматическими установками, направленностью и жанром СМИ и представлениями о мере и возможности креолизации медиатекста. (соотнесено с индикатором ОПК 7.3)</p>	<p>обучающийся выполняет задания, соответствующие темам занятий;; готовит доклады (сообщения) с последующей презентацией с применением технических средств или без них; готовит письменное эссе</p>	<p>количество правильных ответов обучающегося при итоговом тестировании – не менее 50% от общего числа вопросов;    отсутствие/наличие недочетов при ответах и в процессе выполнения обучающимся заданий с применением информационных технологий и без них;    обучающийся демонстрирует способность вести диалог с потенциальными деловыми партнерами, другими</p>	<p>З (1–16)  К (1-15)  Э (1-8)  Т (1-10)  Д (1-19)</p>

		обучающимися и преподавателями в официальной и неофициальной обстановке, доказывать собственную точку зрения в ходе полемики	
--	--	--	--

\* З – вопросы к зачету; К – коллоквиум; Т – Тесты; Э – эссе; Д – доклад

### 1.2 Шкалы оценивания:

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

50–100 баллов (зачет)

0–49 баллов (незачет)

## 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

1. «Социокультурное» как понятие
2. Социологическая культура журналиста
3. Креативные интенции журналистики в современном социокультурном пространстве
4. Мифотворческая функция СМИ
5. Способы манипулятивного воздействия СМИ на аудиторию
6. Теория социокультурных явлений и процессов П. А. Сорокина
7. Социокультурная сущность средств массовой информации.
8. Культура и СМИ
9. Культура как предмет культурологического и социологического анализа.
10. Подходы к понятию культура в культурологии и социологии
11. Функции культуры в обществе
12. Культура и журналистская коммуникация
13. Роль СМИ в конструировании социальной реальности
14. СМИ в глобальных социокультурных процессах современности
15. Журналистика массового общества. Концепция «общества потребления» Ж. Бодрийера
16. Проблема искажения действительности, способы ее репрезентации в медиaprостранстве

### Критерии оценивания

Студентам, не набравшим в течение семестра 50 баллов, к теоретическим вопросам билета добавляются 2 задания из «разноразмерных» заданий (по усмотрению преподавателя, принимающего зачет).

#### Критерии оценивания

оценка «зачет» (100-50 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 «незачет» (0-49 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.

В случае если обучающийся набрал менее 30 баллов по итогам текущей аттестации, на экзамене в дополнение к теоретическим вопросам ему предлагается выполнить одно задание из комплекта разноуровневых заданий (раздел 1) и одно задание из комплекта разноуровневых заданий (раздел 2).

### Тесты письменные

1. Социология масс-медиа – отрасль социологии, изучающая
  - 1) журналистику как социальное явление
  - 2) журналистские материалы с применением социологических методов в работе с ними
  - 3) особенности социального мышления журналистов
  - 4) аудиторию масс-медиа
  - 5) все вышесказанное**
2. Что объединяет журналистику и социологию?
  - 1) работа с людьми обязывает и журналистов, и социологов придерживаться профессиональной этики, одним из основных пунктов которой является неразглашение конфиденциальной информации
  - 2) журналисты все активнее используют данные социологических исследований и выводы в своих публикациях, чтобы сделать их более информативными и понятными читателю**
  - 3) для социологии журналистика связующее звено, способствующее её популяризации
  - 4) журналистам и социологам есть чему учиться друг у друга
  - 5) все вышесказанное
3. К функциям социологии масс-медиа относятся
  - 1) теоретико-познавательная
  - 2) описательная, прогностическая**
  - 3) практически-преобразовательная
  - 4) мировоззренческая, просветительская
  - 5) все вышеназванные
4. СМИ – это
  - 1) пресса 2) радио 3) телевидение
  - 4) интернет **5) все вышеназванное**
5. Средства массовой коммуникации
  - 1) СМИ (пресса, радио, ТВ, интернет)
  - 2) мобильная связь (смс-рассылка)**
  - 3) кино
  - 4) мультимедиа
  - 5) все вышеназванное
6. Совокупность средств массовой информации и коммуникации
  - 1) масс-медиа** 2) пресса 3) пресс-кит 4) медиа-холдинг 5) интернет
7. Информационный повод – это
  - 1) утечка значимой конфиденциальной информации
  - 2) независимость от СМИ
  - 3) событие, способное заинтересовать публику и при определенных условиях создать информационное сообщение**
  - 4) работа с мнениями самых широких слоев общественности
  - 5) встреча представителей компании с журналистами по какому-либо вопросу
8. Наиболее востребованное медиасредство в российской аудитории -
  - 1) печать 2) радио **3) телевидение** 4) интернет
  - 5) в России востребованы все виды СМИ
9. Взаимодействие с целью оказать влияние
  - 1) коммуникация
  - 2) информация
  - 3) месседж**
  - 4) коммуникабельность
  - 5) аутсорсинг
10. К продуктам массовой культуры относятся
  - 1) телесериалы, ток-шоу, комиксы, детективы**
  - 2) легенды, эпос, карнавалы

- 3) артхаусное кино
- 4) высокоинтеллектуальная литература
- 5) все вышеназванное

## **2. Инструкция по выполнению**

В процессе решения тестов обучающийся должен выбрать один или несколько верных ответов из предложенных вариантов ответов или установить соответствие между понятиями и их характеристиками. Каждое верно выполненное задание теста оценивается в 2 балла.

## **3. Критерии оценки:**

- 0–8 баллов: дано менее 30% верных ответов  
9–20 баллов: дано не менее 50% верных ответов, **в том числе:**  
9–13 балла: количество правильных ответов соответствует оценке «удовлетворительно»,  
14–17 балл: количество правильных ответов соответствует оценке «хорошо»,  
18–20 баллов: количество правильных ответов соответствует оценке «отлично».

## **Вопросы к коллоквиуму**

1. Социокультурные характеристики журналистики.
2. Журналистика как сообщение больших социальных групп.
3. Социально-культурная модернизация журналистики.
4. Основания массовой деятельности людей как предпосылка модернизации журналистики.
5. Интегрирующая роль журналистики модернизации российской медиасреды.
6. Социальные модели развития журналистики.
7. Журналистика как инструмент управления обществом.
8. «Четвертая власть» как управление самонаблюдением общества, его универсальный характер.
9. Потребности общества как целостной системы – основа социальных функций журналистики.
10. Функция социальной ориентировки как удовлетворение потребности аудитории в информации и расширения непосредственного опыта аудитории.
11. Феномен массовой рецепции и установка типового «среднего» потребителя информации СМИ.
12. Критерии популярности информации.
13. Иллюзии бесплатного доступа к информации.
13. Функция участия в формировании общественного мнения как основа социальной активности аудитории.
14. Интегративная функция журналистики.
15. Посредническая задача журналистики

## **Критерии оценки:**

Для подготовки к коллоквиуму студенту необходимо самостоятельно подготовить ответы на любые 2 вопроса из предложенных. По возможности обучающиеся готовят презентации или используют другие средства наглядности (раздаточный материал, схемы, таблицы, рисунки и т.д.). Каждый подготовленный ответ оценивается максимально в 10 баллов.

20-18 баллов – даны развернутые ответы на два выбранных вопроса из разных разделов, в ответе приводятся ссылки на научную и учебную литературу, изученную при подготовке к коллоквиуму; используются наглядные средства

17-15 баллов – подготовлены достаточно развернутые ответы, без использования наглядных средств

14-10 баллов – подготовлен развернутый ответ на 1 из предложенных вопросов

9-0 баллов – ни один из предложенных вопросов не подготовлен / ответы на вопросы подготовлены, однако не соответствуют выбранной теме, не раскрывают суть вопроса, ответ характеризуется критическим количеством речевых ошибок и нарушений логической связности высказывания.

## **Ключи:**

### (1) Модели журналистики: определение, виды, признаки

Журналистика предполагает творчество и уникальность, однако сама она развивается по определенным, достаточно общим законам. Выделяется несколько моделей журналистики, их необходимо знать, чтобы сразу определить, что ждет вас в будущей профессии. К тому же, история повторяется, ушедшие модели вернутся вновь.

Модель журналистики – это исторически сложившийся тип, социальная ориентация журналистики, соответствующие ценности и методы работы. Какие же они бывают?

Содержимое: [скрыть]

1 Феодално-монархическая

2 Религиозно-клерикальная

3 Буржуазная

4 Социалистическая

5 Коммунистическая

Феодално-монархическая

Е. П. Прохоров выделяет ее как самую раннюю, именно с этой модели и начиналась журналистика. Основная функция такого типа – укрепление и поддержка абсолютной власти монарха, утверждение его избранности, оправдание социального неравенства. Такая журналистика служит власти, утверждает только ее интересы. СМИ подвержены регламентации и цензуре. В тоталитарных государствах современности до сих пор такая модель.

С. Г. Корконосенко добавляет к характеристике данной модели то, что она воплощает авторитарную концепцию власти. Ориентация на идеологическое управление – причина помещения в изданиях подробных отчетов об официальных событиях. Тон изложения высокопарный, безапелляционный по отношению к оппонентам. Патриотизм смешивается с восхвалением власти.

В. В. Ворошилов в дополнение говорит о важных признаках модели: установка на укрепление государства, его национальной культуры (что нельзя не отметить как положительные качества). С развитием государства такая печать переходит от действительно полезной к консервативной, а потом и реакционной.

Религиозно-клерикальная

Е. П. Прохоров считает, что данная модель сосуществует с предыдущей, так как помогает утверждению власти, подтверждая ее божественную природу и непререкаемый авторитет. Также данная модель поддерживала и авторитет самой церкви, подчас ставя ее выше светской власти. Модель реализуется и в современности в виде тематических СМИ.

С. Г. Корконосенко находит схожие признаки у первых двух моделей, только вместо монарха здесь священнослужитель. Данный тип характеризуется догматизмом и радикализмом. В современном мире данная модель также реализуется, но СМИ приобрели специализированный характер, а значит, утратили радикальность.

В. В. Ворошилов отмечает, что основа этой модели – концепция объединения церкви и народа против бесконтрольной светской власти (конечно, не народу предлагалось контролировать власть, а именно церкви). Главная цель модели – укрепление авторитета церкви, повышение ее влияния.

Буржуазная

Е. П. Прохоров соотносит ее с эпохой становления капитализма. Это наиболее демократическая модель, здесь декларируется свобода печати, естественные права и другие основные составляющие демократии. При таком типе журналистики издания делятся на качественные и массовые. Первые раскрывают сложные проблемы, обсуждают сложные вопросы. Вторые развлекают и манипулируют массовым сознанием.

С. Г. Корконосенко разделяет модель на два периода: ранний и поздний. Идеи первого периода связаны с Просвещением: антифеодалное и антиклерикальное направление, культ разума, гражданские свободы, сатиричность и полемичность. В позднем периоде периодика не является явным антагонистом власти, теряет разоблачительность. Во главу угла встают рыночные отношения: журналистика зависит не от власти, а от денег.

В. В. Ворошилов добавляет понятие «гуманно-демократическое направления», называя так ранний период существования буржуазной модели. В этом направлении утверждаются идеалы Просвещения, гражданские свободы, а свобода печати должна регулироваться разумом (то есть журналист ответственен за свое произведение). С данной моделью соотносится либертарианская теория, которая говорит, что

СМИ созданы для контроля за действиями власти. Схожая направленность мыслей и в теории социальной ответственности, которая призывает переводить конфликты в дискуссии: проблемы в обществе надо обсуждать совместно, чтобы найти лучшее решение.

Социалистическая

Е. П. Прохоров связывает развитие модели с социалистическими учениями, идеями марксизма. В прессе данного типа остро ставится вопрос социального неравенства. В центре внимания рабочий класс и его проблемы. Внимание к социальной сфере, активное участие в формировании гражданского общества – вот главные заслуги модели. Однако в социалистических государствах пресса теряла самостоятельность.

С. Г. Корконосенко прослеживает развитие данной модели от зарождения марксизма до упадка этих идей и исчезновения соответствующих политических строев (распад СССР, капитуляция нацистской Германии и т.д.). Данная модель изначально декларировала права и свободы, но далее была поставлена под контроль новой власти, удовлетворяя ее требования. Еще одна важная черта – высшая степень централизации.

В. В. Ворошилов считает, что главная черта журналистики этого типа – защита интересов рабочего класса любыми, даже самыми радикальными, методами.

Коммунистическая

В. В. Ворошилов выделяет ее отдельно, в отличие от других исследователей, которые включают коммунистическую модель в состав социалистической. Здесь СМИ находятся под контролем государства, чтобы наиболее полно служить обществу. Но на деле такое положение вещей означает полный контроль со стороны власти.

Современная журналистика – многогранное и многослойное явление, в котором сочетаются элементы всех моделей. Как можно заметить, никакая модель не является эталоном. Но на то, какой будет современная журналистика, влияют специалисты, которые сейчас работают или получают профессию журналиста, потому что дело создают люди. (<https://its-journalist.ru/articles/modeli-zhurnalistiki-opredelenie-vidy-priznaki.html>)

(2) Различия в критериях, предъявляемых к материалам средств массовой информации, однако, могут быть обусловлены не только их жанровыми особенностями. Не менее значительны расхождения между тем, чего от текстов хотят различные участники процесса обмена информацией.

В процессе коммуникации для любого средства массовой информации есть несколько ключевых участников: журналист, редакция и читатели/зрители/слушатели. И каждое журналистское произведение существует в системе отношений «производители контента (редакция) — потребители контента (аудитория)» (Корконосенко, 2000).

Для эффективной работы СМИ важно, чтобы критерии оценки качества со стороны участников коммуникации совпадали, или, как минимум, чтобы обе стороны знали о том, в чем разница в их понимании качественного текста. Однако на практике это правило не всегда работает.

Редакция — это производитель контента, который создает информационное наполнение для СМИ путем сбора, обработки и компоновки информации и тем самым определяет характер издания. Редакторы и журналисты должны удовлетворять информационные интересы аудитории и в то же время направлять ее внимание на объективно важные стороны жизни. От угла зрения журналистов и редакторов неизбежно меняется повестка дня, состав фактов, отбираемых для воспроизведения ситуации. Однако элемент творчества приводит к тому, что качество материалов в СМИ очень сильно зависит от тех требований, которые сами производители контента предъявляют к продуктам своей деятельности.

То же относится и к потребителям информации. Положительное или отрицательное восприятие ими текстов может не соответствовать классическому набору «качественного» текста: материал, который слабо отвечает профессиональным стандартам, вполне может получить положительный отклик от аудитории.

Таким образом, есть смысл ввести в научный оборот понятие «критерии воспринимаемого качества» — характеристики текста, которые воспринимаются профессиональным сообществом и аудиторией как «положительные». Наша гипотеза состоит в том, что часто они не совпадают с традиционными критериями «качественного» текста. Стоит отметить, что разница между декларируемыми в научной литературе критериями качества и критериями воспринимаемого качества, предъявляемыми



участниками коммуникации к материалам в деловых СМИ, не становилась объектом скрупулезного изучения.

Кроме того, разница в восприятии качества материала двумя основными группами участников коммуникации — производителями и потребителями контента — также до сегодняшнего дня оставалась неизученной. Не сравнивались и критерии, которые предъявляются к двум ключевым жанрам — фичеру и новости.

Целью данного исследования было изучение критериев воспринимаемого качества журналистских материалов у двух основных групп участников коммуникации — создателей и потребителей контента деловых СМИ.

<https://vestnik.journ.msu.ru/books/2015/1/kriterii-vosprinimaemogo-kachestva-zhurnalistskikh-materialov-na-primere-delovykh-smi/>

### **Примерные темы для написания эссе**

1. Журналистика как форма самопознания общества.
2. Личностное отношение к журналистике.
3. Познание как фактор развития в журналистике.
4. Информация – основа журналистской деятельности.
5. Последствия глобализации.
6. Нюансы этического поведения работников СМИ.
7. Журналисты против блогеров.
8. Ценности и антиценности в журналистике.

### **Критерии оценки:**

В течение семестра обучающемуся предлагается письменно выполнить и сдать на проверку эссе по перечисленным выше темам.

30-25 баллов – эссе соответствует теме, выполнено на высоком уровне с точки зрения содержания и стиля, в эссе используется научная аргументация

24-20 баллов – эссе соответствует теме, в целом выполнено на высоком уровне с точки зрения содержания и стиля

19-15 баллов – эссе в целом соответствует теме, однако имеются содержательные/стилистические недочеты

14-0 баллов – эссе не выполнено или выполнено с большим количеством содержательных/стилистических недочетов

### **Ключ:**

Необходимо составить самостоятельное рассуждение-эссе в публицистическом стиле с элементами научного, опираясь на научные и учебные источники, предложенные в РПД (разделы 5.1 и 5.2), привлекая дополнительные источники, используя логическую аргументацию

### **Примерная тематика докладов**

1. Журналистика как форма самопознания общества. Журналистика как форма бытия культуры.
2. Культурные традиции и новации в журналистике.
3. Социальные параметры культурного развития аудиторий СМИ.
4. Журналистика как институт формирования ценностей
5. Национальная история и культура как ценности в журналистском отражении.
6. Журналистика как фактор национальной интеграции и консолидации.
7. Аксиология журналистики как направление анализа массмедиа.
8. Ценности в профессиональной деятельности журналиста.
9. Ценности и антиценности в журналистике.
10. Журналистика в формировании общественных идеалов и образов будущего.
11. Эстетические и этические ценности в журналистике.
12. Роль журналистики в культурных трансляциях и межкультурных коммуникациях.

13. Концепция кросс-культурных исследований об особенностях развития и функционирования журналистики в различных культурах.
14. Мифологическая концепция о роли социальных мифов и символов в журналистике.
15. Экоантропоцентрическая модель коммуникации.
16. Коммуникационная свобода личности, свобода журналиста и массовой информации.
17. «Коммуникативная личность», «медийная личность», «человек журналистики» как антропологические типы.
18. Типология сетевого поведения личности.
19. Идентификационная модель: социальные статусы и виртуальные роли.

#### **Критерии оценки:**

30-25 баллов – доклад соответствует теме, выполнен на высоком уровне с точки зрения содержания и стиля, в докладе используется научная аргументация; подготовлена презентация

24-20 баллов – доклад соответствует теме, в целом выполнен на высоком уровне с точки зрения содержания и стиля, презентация

19-15 баллов – доклад в целом соответствует теме, однако имеются содержательные/стилистические недочеты/ презентация не подготовлена

14-0 баллов – доклад не выполнен или выполнен с большим количеством содержательных/стилистических недочетов; недостаточная научная аргументация; презентация не подготовлена

#### **Ключ:**

Необходимо написать текст научного стиля, соблюдая требования к жанру научного доклада (опираясь на научные и учебные источники, предложенные в РПД (разделы 5.1 и 5.2), привлекая дополнительные источники, используя логическую аргументацию, разносторонне освещая выбранную тему. Рукопись научного доклада должна быть написана обучающимся самостоятельно, обладать внутренним единством, содержать новые научные результаты, выводы и свидетельствовать о личном вкладе выпускника в науку.

#### **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.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации в устной форме (собеседование по вопросам к зачету). Объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в зачетную ведомость и зачетную книжку магистранта. Магистранты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются ключевые вопросы социокультурных основ журналистики как общественной деятельности. Выясняются предмет, структура и проблематика социологии СМИ, описывается проблематика социологических исследований СМИ. Акцентируется роль социологии в медиапространстве на современном этапе развития.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания обучающихся по ряду рассмотренных на лекциях вопросов; развиваются навыки социокультурной коммуникации (в том числе межкультурной и массовой) в академической и деловой сфере, как в классической форме, так и с применением технических средств; прививаются основы речевой культуры, связанные с языковыми нормами и речевым этикетом.

При подготовке к практическим занятиям каждый обучающийся должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы к коллоквиуму, в том числе, используя ПО LibreOffice;
- изучить основную и дополнительную литературу для подготовки к коллоквиуму;
- письменно выполнить тестовые задания, рекомендованные преподавателем при изучении каждой темы;
- подготовить доклад с применением ПО LibreOffice;
- подготовить письменное эссе по темам, предложенным в Пр.1

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

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены обучающимися в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы обучающихся над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый обучающийся 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 обучающиеся могут воспользоваться электронно-библиотечными системами, а также взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.