



**ЕВРЕЙСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

тел.: +7 (495) 660-0770

107076, Москва, ул. Олений Вал, д.3, стр. 1

<https://j-univer.ru>

Гуманитарно-экономический факультет

**«УТВЕРЖДАЮ»**

Ректор ОЧУ ВО

**«ЕВРЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

А.Л. Лебедев

«    » \_\_\_\_\_ 2024 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Наименование дисциплины

Подготовки **бакалавров** по  
направлению

**42.03.01**

шифр направления

**Реклама и связи с общественностью**

Форма обучения:

Очная, заочная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры  
интегрированных коммуникаций

Наименование кафедры

Протокол № 10 от «03» июня 2024 года

**Программа утверждена Ученым советом Университета.**

Протокол № ЕУ- 6/24 от «27» июня 2024 года.

Москва, 2024

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика массовой информации» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и рабочими учебными планами, утвержденными ректором ОЧУ ВО «Еврейский университет».

**Автор - Чаган Н.Г., доктор педагогических наук, профессор кафедры интегрированных коммуникаций ОЧУ ВО «Еврейский университет».**

## **1. Цели и задачи дисциплины**

Рабочая программа учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации» составлена в соответствии с учебным планом подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования утвержденными стандартами и положениями Университета.

**Целью дисциплины** является формирование у обучающихся систематического знания о роли и месте массовой информации в социально-экономическом и социогуманитарном развитии современного российского общества, понимания общих закономерностей и принципов функционирования системы средств массовой информации как фундаментальным, базовым знанием, определяющим последующее освоение данной профессии.

По результатам освоения дисциплины обучающийся способен решать следующие профессиональные задачи:

- владеть навыками, основанными на знаниях особенностей массовой информации и массово-информационной деятельности в контексте потребностей и интересов общества.
- знать спектр функций СМИ как важнейшего социального института в демократическом обществе.

### **Задачи дисциплины «Теория и практика массовой информации»:**

- приобретение знаний и практических навыков в области журналистики;
- использование механизмов функционирования массовой информации в практической деятельности (создание информационных и аналитических материалов);
- развитие творческого потенциала обучающихся;
- формирование навыков взаимодействия будущего бакалавра рекламы и связей с общественностью со средствами массовой информации.

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» призвана помочь обучающимся – будущим специалистам приобрести знания и практические навыки в области журналистики, а также развить творческий потенциал и сформировать навыки взаимодействия со средствами массовой информации.

**Данная дисциплина учит обучающихся и способствует их умению:**

- работать с фактами, материалом, примерами, сравнениями, ссылками;
- управлять коммуникативными процессами в массовой культуре;
- создавать информационный и аналитический материал;
- учитывать специфику коммуникативной аудитории;
- использовать изобразительные средства выражения мысли.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» является одним из базовых для профессионально-творческих практикумов, дисциплин начальной профилизации, прохождения производственных практик, в ходе которых обучающиеся получают возможность применить полученные знания и навыки для наиболее адекватного решения задач своей будущей профессиональной деятельности.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Социология», «Культурология», «Политология», «Основы теории коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Социология массовых коммуникаций», «Основы интегрированных коммуникаций».

## **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

Освоение дисциплины «Теория и практика массовой информации» позволит обучающемуся осуществлять трудовые действия в соответствии с профессиональным стандартом 06.013.Специалист по информационным ресурсам, утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 сентября 2014г. №629:

- Формирование запросов для получения недостающей информации
- Регулярное обновление (актуализация) информации в базах данных
- Мониторинг новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок
- Написание статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)
- Поиск и мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации
- Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний

- Формирование запросов и получение информации от сотрудников организации
- Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации
- Фиксирование результатов выполнения заданий, проектной информации
- Обработка результатов аналитической деятельности
- Сбор дополнительных материалов
- Подготовка итоговой отчетности

Процесс изучения дисциплины «Теория и практика массовой информации» направлен на формирование следующих компетенций:

### Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Категория компетенции	Коды компетенции, ПС и ТФ (при наличии)	Формулировка компетенции	Индикаторы компетенции	Дескрипторы индикаторов
Универсальные компетенции	<b>УК-1.</b>	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	<b>УК-1.4</b> Способен использовать информацию для решения различных коммуникативных задач, а также для укрепления конструктивно-деловых отношений между членами коллектива.	<b>УК-1.4.1 Знать:</b> определения ключевых понятий массмедиа-деятельности, правовые основы деятельности СМИ в России, инфраструктурные элементы системы СМИ. <b>УК-1.4.2 Уметь:</b> заниматься аналитической теоретической и практической деятельностью в профессиональной сфере; анализировать способы и

				технологии организации коммуникации в медиа-сфере. <b>УК-1.4.3 Владеть:</b> приемами создания эффективной коммуникационной структуры.
Общепрофессиональные компетенции	<b>ОПК-5.</b>	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	<b>ОПК-5.1.</b> Способен использовать принципы, навыки и технологии журналистского мастерства для создания контента, используемого в СМИ.	<b>ОПК-5.1.1 Знать:</b> различие между понятиями «функции СМИ» и «функции журналистики»; особенности информационного рынка и рынка СМИ; особенности СМИ разных форм собственности. <b>ОПК-5.1.2 Уметь:</b> планировать информационные кампании в СМИ; применять методы работы с информацией. <b>ОПК-5.1.3 Владеть:</b> приемами создания эффективной коммуникационной структуры, организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации.
Профессиональные	<b>ПК-1.</b>	Способен выстраивать	<b>ПК-1.1.</b> Способен	<b>ПК-1.1.1 Знать:</b> структуру

компетенции		систему коммуникаций в организации на уровне стратегий, разрабатывать коммуникационную политику, планировать и реализовывать коммуникационные проекты и мероприятия, выбирать средства и каналы коммуникации.	определять жанры, функции и типы конкретных СМИ, анализировать результаты массовой коммуникации посредством массмедиа.	редакционного менеджмента; технологии исследования аудитории СМИ; основные модели взаимодействия специалистов СМИ и связей с общественностью. <b>ПК-1.1.2 Уметь:</b> применять методы работы с информацией. <b>ПК-1.1.3 Владеть:</b> приемами создания эффективной коммуникационной структуры, организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации, в том числе, с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.
-------------	--	---	--	--

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа.

##### 4.1. Структура дисциплины

#### 4.1.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Трудоемкость по семестрам	
		4 семестр	5 семестр
		252 час.	
Аудиторные занятия (всего)	90	54	36
Занятия лекционного типа	36	18	18
Занятия семинарского типа (практич., семин., лаборат. и др.)	54	36	18
Самостоятельная работа (всего)	126	54	72
Вид промежуточной аттестации	36	зачет с оценкой	36, экзамен

#### 4.1.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Трудоемкость по семестрам	
		4 семестр	5 семестр
		252 час.	
Аудиторные занятия (всего)	10	2	8
Занятия лекционного типа	4		4
Занятия семинарского типа (практич., семин., лаборат. и др.)	6	2	4
Самостоятельная работа (всего)	157	30	127
Вид промежуточной аттестации	13	4, зачет с оценкой	9, экзамен

#### 4.2. Учебно-тематический план дисциплины

##### 4.2.1. Учебно-тематический план дисциплины для очной формы обучения:

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе				
		Всего в уч. плане по разделу / теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа обучающегося
			Всего	в том числе		
				Лекции (всего/интеракт.)	Практич. занятия (всего/интеракт.)	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
1	Массовая информация как средство удовлетворения жизненно важных потребностей общества	28	8	2	6	12
2	Массовые информационные потоки как совокупный медиа-продукт	22	12	2	8	12
3	Функции средств массовой информации	22	12	2	8	12
4	Редакция СМИ как коллективный субъект медиа-творчества	24	12	2	5	12
5	Авторское журналистское творчество как профессиональная деятельность	22	10	4	6	12
6	Базовые характеристики журналистского произведения	28	4	2	4	12
7	Способ авторского журналистского творчества	22	6	2	4	12
8	Жанровая дифференциация авторского журналистского творчества	24	10	2	4	12
9	Характеристика основных жанровых групп авторского журналистского творчества	24	8	2	3	12
10	Специализация авторского творчества в условиях конвергенции медиа-производства	20	8	2	2	18
	<b>Экзамен</b>	36				
	<b>ИТОГО:</b>	<b>252</b>	<b>90</b>	<b>36</b>	<b>54</b>	<b>126</b>

**4.2.2. Учебно-тематический план дисциплины для заочной формы обучения:**

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе				
		Всего в уч. плане по разделу / теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа обучающегося
			Всего	в том числе		
		Лекции (всего/интеракт.)		Практич. занятия (всего/интеракт.)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Массовая информация как средство удовлетворения жизненно важных потребностей общества	25	1	0.4	0.6	17
2	Массовые информационные потоки как совокупный медиа-продукт	23	1	0.4	0.6	15
3	Функции средств массовой информации	23	1	0.4	0.6	15
4	Редакция СМИ как коллективный субъект медиа-творчества	23	1	0.4	0.6	17
5	Авторское журналистское творчество как профессиональная деятельность	25	1	0.4	0.6	15
6	Базовые характеристики журналистского произведения	23	1	0.4	0.6	15
7	Способ авторского журналистского творчества	23	1	0.4	0.6	17
8	Жанровая дифференциация авторского журналистского творчества	25	1	0.4	0.6	15
9	Характеристика основных жанровых групп авторского журналистского творчества	23	1	0.4	0.6	17
10	Специализация авторского творчества в условиях конвергенции медиа-производства	25	1	0.4	0.6	16
	<b>Экзамен</b>	<b>13</b>				
	<b>ИТОГО:</b>	<b>252</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>157</b>

### 4.3. Содержание дисциплины

#### **Тема 1. Массовая информация как средство удовлетворения жизненно важных потребностей общества.**

Потребности общества, вызывающие к жизни производство массовой информации и проявляющиеся как необходимость в сведениях, которые отражают существенные изменения действительности; обеспечивают оптимальные условия функционирования массового сознания; способствуют

оперативному самоопределению общественного мнения; направляют развитие социальной практики; помогают поддержанию психофизического здоровья людей.

Массовая информация как средство удовлетворения указанных потребностей. Основные типы массовых информационных продуктов (общественно-политические документы, журналистские материалы, выступления представителей общественных организаций и профессиональных групп, тексты от населения, произведения литературы и искусства, справочно-рекламные материалы, продукты игротехники и т.п.), Пути распространения массовых информационных продуктов (стихийные и специально организованные коммуникационные каналы).

## **Тема 2. Массовые информационные потоки как совокупный медиа-продукт.**

Журналистика как коммуникационная деятельность и организатор сотрудничества различных производителей и распространителей массовых информационных продуктов. Медиаиндустрия как результат такого сотрудничества. Массовые информационные потоки – совокупный медиапродукт. Интегральный характер массовых информационных потоков, их основные свойства, зависимость от канала распространения (печать, радио, телевидение, Интернет). Особенности реализации функций журналистики (информирование, социальное ориентирование, просвещение, развлечение) и структура массовых информационных потоков разных медийных каналов. Номер газеты, программа радио и телевидения, выпуск Интернет-издания как устойчивые формы медиапроизводства в целях периодического пополнения массовых информационных потоков.

## **Тема 3. Функции средств массовой информации.**

Определение «повестки дня», постановка целей и задач деятельности СМИ в соответствии с потребностями аудитории. Понятие функции применительно к журналистике. Общая характеристика функций журналистики. Идеологические функции. Культуроформирующие, рекламно-справочные, рекреативные функции. Непосредственно- организаторские функции. Зависимость характера функционирования СМИ от понимания функций и их содержательного осмысления.

## **Тема 4. Редакция СМИ как коллективный субъект медиа-творчества.**

Зависимость профессиональных обязанностей журналиста от структуры редакционной деятельности и уровня технической оснащенности редакции. Круг основных обязанностей: авторское журналистское творчество, работа с привлекаемыми авторами, редактирование медиатекста (рерайтинг, копирайтинг), организационные дела (участие в производственных совещаниях, в конструировании и выпуске массовых информационных потоков – номеров

газет, программ радио и телевидения; дежурства по выпуску). Специфические обязанности журналистов, связанные с типом СМИ.

### **Тема 5. Авторское журналистское творчество как профессиональная деятельность.**

Авторское творчество журналиста как основное направление его профессиональной деятельности. Причины, вызывающие к жизни авторское журналистское творчество. Функциональная предназначенность журналистских текстов (мониторинг очевидных и неочевидных изменений действительности, содействие самоопределению общественного мнения, ознакомление с групповыми нормами и ценностями и помощь населению в решении общественных и личных проблем, т.д.). Социальная действительность как совокупный предмет отображения в авторском журналистском творчестве. Характеристика основных ее сфер, определяющих проблематику журналистских текстов (международная и внутригосударственная жизнь, экономика, политика, социальная сфера, наука и образование, культура, литература и искусство, медицина, физкультура и спорт). Источники сведений для журналиста: документ, человек, предметно-вещественная среда. Особенности Интернета как источника сведений.

### **Тема 6. Базовые характеристики журналистского произведения.**

Основные особенности журналистского произведения как порождающая модель творческого процесса (общие признаки темы, идеи, структуры и организации текста). Новость как информационный повод для акта журналистского творчества и как элемент текста. Факт, ситуация, проблема как характеристики предмета отображения и элементы текста. Смысловые единицы, образующие фактологический ряд элементарных выразительных средств авторского журналистского творчества, воспроизводящих реальную действительность (факт, фактоид, эмпирическое обобщение, умозаключение). Смысловые единицы, образующие культурологический ряд элементарных выразительных средств, воспроизводящих прошлый опыт общества, зафиксированный в культуре (образы, прецеденты, нормативы). Монтаж и композиция как средства организации журналистского текста. Общее и особенное в ключевых характеристиках журналистского произведения, обусловленных спецификой канала СМИ.

### **Тема 7. Способ авторского журналистского творчества.**

Способ авторского журналистского творчества как совокупность реальных составляющих деятельности, определяющих специфику ее продукта. Основные компоненты способа авторского журналистского творчества: последовательность задач творческого процесса (стадии и этапы деятельности); методы и приемы деятельности, используемые для получения сведений (наблюдение, интервью, проработка документов), постижения сути происходящего (на основе гносеологических и специальных знаний) и предъявления информации в тексте; технические средства деятельности; правовые и этические регуляторы творческого поведения журналиста. Изменения в способе авторского журналистского творчества, вызываемые спецификой канала СМИ, коллективным характером подготовки материалов на платформе радио и телевидения. Факторы, влияющие на развитие способа авторского журналистского творчества. Тенденции в развитии способа журналистского творчества.

### **Тема 8. Жанровая дифференциация авторского журналистского творчества.**

Понятие «жанр» в истории культуры, в теории творчества. Причины, обуславливающие жанровую дифференциацию творчества. Сущность понятия «жанр» как категории эстетики. Основные факторы, определяющие жанровую дифференциацию авторского журналистского творчества (многообразие объектов действительности, полифункциональность журналистики как профессиональной деятельности, подвижность порождающей модели авторского журналистского творчества). Жанр как вид авторского журналистского творчества. Жанровые модели как разновидности текстов авторского журналистского творчества того или иного вида. Форматы как варианты той или иной жанровой модели. Основные группы жанров авторского журналистского творчества.

### **Тема 9. Характеристика основных жанровых групп авторского журналистского творчества.**

Новостная журналистика, ее жанровые модели и форматы. Особенности технологии работы в новостной журналистике на современном этапе. Проблемно-аналитическая журналистика, ее жанровые модели и форматы. Особенности технологии работы в проблемно-аналитической журналистике. Очерковая журналистика, ее жанровые модели и форматы. Особенности технологии работы в очерковой журналистике. Смеховая журналистика, ее жанровые модели и форматы. Особенности технологии работы в смеховых жанрах. Культурно-просветительская журналистика, ее жанровые модели и форматы. Особенности технологии работы в культурно-просветительской журналистике. Интерактивные жанры авторского журналистского творчества. Особенности работы над интерактивными жанрами. Специфика технологии

работы над материалами разных жанров в различных видах СМИ (радио, ТВ, интернет-СМИ).

## **Тема 10. Специализация авторского творчества в условиях конвергенции медиа-производства.**

Конвергенция как процесс сближения медиаплатформ разных коммуникационных каналов. Универсализм журналистской профессии как предпосылка конвергенции. Специализация авторского журналистского творчества в условиях конвергенции как средство улучшения качества и надежности журналистского текста. Основные виды специализации, которые сохраняются в профессии журналиста: а) по предмету отображения (проблематика) – освещение экономической, политической, социальной, научной, спортивной, театральной и т.д. тематики и проблематики; б) по жанрам – хроникер, репортер, интервьюер, аналитик, очеркист, сатирик (фельетонист, пародист, памфлетист), рецензент и т.п.; в) по направленности контента СМИ на определенную аудиторию (детей, юношества, молодежи, взрослых, женщин, мужчин и т. п.).

### **Практические (семинарские) занятия.**

#### **Примерные темы семинарских занятий**

1. Подготовить карточки с определениями понятий «социальная информация», «массовая информация», «массовые информационные потоки». На обратной стороне описать отличительные особенности реалий, стоящих за этими понятиями.

2. Подготовить карточку «Массовые информационные потоки», схематически обозначив на одной ее стороне все группы текстов, составляющих эти потоки, а на другой - каналы их распространения.

3. Подготовить карточку «Профессиональные обязанности журналиста», схематически изобразив их состав.

4. Подготовить карточку «Журналистский текст», схематически обозначив на одной стороне особенности темы и идеи журналистского материала, а на другой - особенности его структурно-композиционного решения.

5. Подготовить карточку «Профессиональный анализ журналистского текста», обозначив на одной стороне параметры анализа, а на другой - критерии оценки.

6. Внимательно прочитать один из журналистских материалов, опубликованных в газете или журнале, и сделать его полный профессиональный анализ.

7. Подготовить карточку «Ход познавательной деятельности», обозначив на одной ее стороне схему операций познания, а на другой - типы источников информации (развернутый вариант).

8. Внимательно прочитать один из журналистских материалов, опубликованных в газете или журнале. Проследить ход познавательной деятельности автора, выявить источники информации. Мотивировать свое заключение.

9. Подготовить карточку «Методы познавательной деятельности журналиста». На одной ее стороне обозначить методы получения сведений, а на другой - теоретические методы (методы постижения сути происходящего).

10. Внимательно прочитать один из журналистских материалов. Определить, какими методами могла быть получена используемая автором информация.

11. Предложить тему материала, который Вы хотели бы подготовить для определенного средства массовой информации. Разработать план подготовки материала, указав предполагаемые источники информации и методы познавательной деятельности.

## 5. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

### 5.1 Шкала оценивания в зависимости от уровня сформированности компетенций.

Преподавателю, для проверки сформированности у обучающихся компетенций по дисциплине, предоставляется право выбирать разноуровневые задания по своему усмотрению.

Уровень сформированности компетенций			
<b>Недостаточный</b> Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы	<b>Пороговый</b> Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	<b>Продвинутый</b> Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка	<b>Высокий</b> Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
Описание критериев оценивания			
<b>Обучающийся</b>	<b>Обучающийся</b>	<b>Обучающийся</b>	<b>Обучающийся</b>

<p><b>демонстрирует:</b>  -существенные пробелы в знаниях учебного материала;  -допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий;  -непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета;  -отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины;  -отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкая степень контактности.</p>	<p><b>демонстрирует:</b>  -знания теоретического материала;  -неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов;  -неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы;  -недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины;  -умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.</p>	<p><b>демонстрирует:</b>  -знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала;  -твердые знания теоретического материала;  -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития;  -правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы;  -умение решать практические задания, которые следует выполнить;  -владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины;  -наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на дополнительные вопросы</p>	<p><b>демонстрирует:</b>  -глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала;  -полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий;  -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории;  -логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора;  -умение решать практические задания;  -свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.</p>
<p><b>Оценка «неудовлетворительно»</b></p>	<p><b>Оценка «удовлетворительно»</b></p>	<p><b>Оценка «хорошо»</b></p>	<p><b>Оценка «отлично»</b></p>

## 5.2. Индикаторы достижения компетенций на различных этапах их формирования

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:** определения ключевых понятий массмедиа-деятельности, правовые основы деятельности СМИ в России, инфраструктурные элементы системы СМИ, различие между понятиями «функции СМИ» и «функции журналистики»; особенности информационного рынка и рынка СМИ; особенности СМИ разных форм собственности; структуру редакционного менеджмента; технологии исследования аудитории СМИ; основные модели взаимодействия специалистов СМИ и связей с общественностью.

**Уметь:** заниматься аналитической теоретической и практической деятельностью в профессиональной сфере; анализировать способы и технологии организации коммуникации в медиа-сфере; использовать принципы, навыки и технологии журналистского мастерства для создания контента, используемого в СМИ; планировать информационные кампании в СМИ; применять методы работы с информацией; определять жанры, функции и типы конкретных СМИ, анализировать результаты массовой коммуникации посредством массмедиа.

**Владеть:** приемами создания эффективной коммуникационной структуры, организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации, в том числе, с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.

**Индикаторы достижения компетенций на различных этапах и уровнях их формирования.**

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.			
	Пороговый	<b>Знает (на уровне минимальных требований):</b> определения ключевых понятий массмедиа-деятельности, правовые основы деятельности СМИ в России, инфраструктурные элементы системы СМИ. <b>Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении):</b> заниматься аналитической теоретической и практической деятельностью в профессиональной сфере; анализировать способы и технологии организации коммуникации в медиа-сфере. <b>Владеет (совершая ошибки и</b>	<b>Удовлетворительно (зачтено)</b>

<p><b>УК-1.4</b> Способен использовать информацию для решения различных коммуникативных задач, а также для укрепления конструктивно-деловых отношений между членами коллектива.</p>		<p>допуская <b>незначительное несоблюдение основных положений дисциплины</b>): приемами создания эффективной коммуникационной структуры.</p>	
	<p><b>Продвинутый</b></p>	<p><b>Знать (на должном уровне)</b>: определения ключевых понятий массмедиа-деятельности, правовые основы деятельности СМИ в России, инфраструктурные элементы системы СМИ.</p> <p><b>Уметь (самостоятельно, при незначительной помощи педагога)</b>: заниматься аналитической теоретической и практической деятельностью в профессиональной сфере; анализировать способы и технологии организации коммуникации в медиа-сфере.</p> <p><b>Владеет (применяя отдельные необходимые навыки)</b>: приемами создания эффективной коммуникационной структуры.</p>	<p><b>Хорошо (зачтено)</b></p>
	<p><b>Высокий</b></p>	<p><b>Знать (в полной мере)</b>: определения ключевых понятий массмедиа-деятельности, правовые основы деятельности СМИ в России, инфраструктурные элементы системы СМИ.</p> <p><b>Уметь (самостоятельно)</b>: заниматься аналитической теоретической и практической деятельностью в профессиональной сфере; анализировать способы и технологии организации коммуникации в медиа-сфере.</p> <p><b>Владеть (совершенно свободно)</b>: приемами создания эффективной коммуникационной структуры.</p>	<p><b>Отлично (зачтено)</b></p>
<p><b>ОПК-5.</b> Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норма регулирования.</p>			
	<p><b>Пороговый</b></p>	<p><b>Знает (на уровне минимальных требований)</b>: различие между понятиями «функции СМИ» и «функции журналистики»;</p>	<p><b>Удовлетворительно (зачтено)</b></p>

		<p>особенности информационного рынка и рынка СМИ; особенности СМИ разных форм собственности.</p> <p><b>Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении):</b> планировать информационные кампании в СМИ; применять методы работы с информацией.</p> <p><b>Владеет (совершая ошибки и допуская незначительное несоблюдение основных положений дисциплины):</b> приемами создания эффективной коммуникационной структуры, организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации.</p>	
<p><b>ОПК-5.1.</b> Способен использовать принципы, навыки и технологии журналистского мастерства для создания контента, используемого в СМИ.</p>	<p><b>Продвинутый</b></p>	<p><b>Знать (на должном уровне):</b> различие между понятиями «функции СМИ» и «функции журналистики»; особенности информационного рынка и рынка СМИ; особенности СМИ разных форм собственности.</p> <p><b>Уметь (самостоятельно, при незначительной помощи педагога):</b> планировать информационные кампании в СМИ; применять методы работы с информацией.</p> <p><b>Владеет (применя отдельные необходимые навыки):</b> приемами создания эффективной коммуникационной структуры, организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации.</p>	<p><b>Хорошо (зачтено)</b></p>
	<p><b>Высокий</b></p>	<p><b>Знать (в полной мере):</b> различие между понятиями «функции СМИ» и «функции журналистики»; особенности информационного рынка и рынка СМИ; особенности СМИ разных форм собственности.</p> <p><b>Уметь (самостоятельно):</b> планировать информационные кампании в СМИ; применять методы работы с информацией.</p> <p><b>Владеть (совершенно свободно):</b> приемами создания эффективной коммуникационной структуры, организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации.</p>	<p><b>Отлично (зачтено)</b></p>
<p><b>ПК-1.</b> Способен выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий, разрабатывать коммуникационную политику, планировать и реализовывать</p>			

коммуникационные проекты и мероприятия, выбирать средства и каналы коммуникации.

<p><b>ПК-1.1.</b> Способен определять жанры, функции и типы конкретных СМИ, анализировать результаты массовой коммуникации посредством массмедиа.</p>	<p><b>Пороговый</b></p>	<p><b>Знает (на уровне минимальных требований):</b> структуру редакционного менеджмента; технологии исследования аудитории СМИ; основные модели взаимодействия специалистов СМИ и связей с общественностью.</p> <p><b>Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении):</b> применять методы работы с информацией.</p> <p><b>Владеет (совершая ошибки и допуская незначительное несоблюдение основных положений дисциплины):</b> приемами создания эффективной коммуникационной структуры, организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации, в том числе, с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.</p>	<p><b>Удовлетворительно (зачтено)</b></p>
	<p><b>Продвинутый</b></p>	<p><b>Знать (на должном уровне):</b> структуру редакционного менеджмента; технологии исследования аудитории СМИ; основные модели взаимодействия специалистов СМИ и связей с общественностью.</p> <p><b>Уметь (самостоятельно, при незначительной помощи педагога):</b> применять методы работы с информацией.</p> <p><b>Владеет (применяя отдельные необходимые навыки):</b> приемами создания эффективной коммуникационной структуры, организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации, в том числе, с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.</p>	<p><b>Хорошо (зачтено)</b></p>
	<p><b>Высокий</b></p>	<p><b>Знать (в полной мере):</b> структуру редакционного менеджмента; технологии исследования аудитории СМИ; основные модели взаимодействия специалистов СМИ и</p>	<p><b>Отлично (зачтено)</b></p>

		<p>связей с общественностью.</p> <p><b>Уметь (самостоятельно):</b> применять методы работы с информацией.</p> <p><b>Владеть (совершенно свободно):</b> приемами создания эффективной коммуникационной структуры, организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации, в том числе, с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.</p>	
--	--	--	--

**В результате освоения дисциплины студент должен:**

**Знать:** определения ключевых понятий массмедиа-деятельности, правовые основы деятельности СМИ в России, инфраструктурные элементы системы СМИ; различие между понятиями «функции СМИ» и «функции журналистики»; особенности информационного рынка и рынка СМИ; особенности СМИ разных форм собственности; структуру редакционного менеджмента; технологии исследования аудитории СМИ; основные модели взаимодействия специалистов СМИ и связей с общественностью.

**Уметь:** заниматься аналитической теоретической и практической деятельностью в профессиональной сфере; анализировать способы и технологии организации коммуникации в медиа-сфере; планировать информационные кампании в СМИ; применять методы работы с информацией; применять методы работы с информацией.

**Владеть:** приемами создания эффективной коммуникационной структуры; приемами создания эффективной коммуникационной структуры, организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации; приемами создания эффективной коммуникационной структуры, организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации, в том числе, с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.

**5.3 Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования индикаторов достижения компетенций по данной дисциплине.**

**Вопросы для подготовки к зачету с оценкой:**

1. Основные тенденции СМИ в современном мире.

2. Понятия «информация», «массовая информация» в современной журналистике.
3. Массовая информация: основные формы существования, цели и задачи.
4. Типология функций СМИ: критерии выделения групп функций СМИ и их характеристика.
5. Тенденции развития системы российских СМИ.
6. Основные черты процесса производства и распространения массовой информации.
7. Системный подход как методологическая основа организации и анализа СМИ.
8. Структурные характеристики современной системы СМИ: характеристика вертикальной и горизонтальной структуры.
9. Системные характеристики СМИ современного общества.
10. Вопросы типологии систем СМИ: основные критерии и типологические группы.
11. Основные типологические группы современной российской прессы.
12. Глобализация информационных процессов.
13. Журналистика как вид общественно-политической деятельности.
14. Характеристика функций журналистики.

#### **Вопросы для подготовки к экзамену:**

1. Журналистика как специализированная область творческой деятельности. Любительство и профессионализм в журналистике. Нравственная и этическая позиция журналиста.
2. Специфика политической журналистики. Закрытость многих тем и персонажей в современной журналистике, политкорректность и ангажированность автора.
3. Журналистский текст как продукт авторского творчества. Замысел и его воплощение. Целевая аудитория журналиста. Какими навыками, качествами он должен обладать?
4. Язык журналистского произведения. Жанр произведения и его язык. Требования к языковой культуре и реальность СМИ.
5. Журналистское произведение как особый вид текста, включенного в современный информационный поток. Интернет-журналистика – её особенность, требования к электронным заметкам.
6. Право на информацию и обязанности журналистов. Законы РФ о СМИ и рекламе как основы журналистской деятельности. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. Благие пожелания и реальность.
7. Жанровые разновидности журналистского творчества. Жанр как понятие теории и практики журналистики. Излюбленные жанры современных СМИ.

Устоявшиеся характеристики информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров.

8. Сценарная заявка программы-передачи, литературный и режиссерский сценарий, сценарный план на ТВ.

9. Онлайн журналистика, её особенности, преимущества и недостатки. Ответственность интернет-СМИ за информацию, свобода и уязвимость Интернет-СМИ.

10. Правовая и этическая культура журналиста. Правовые и профессионально-этические категории, принципы и нормы.

11. Интервью как жанр и как способ получения информации. Различие интервью, беседы, полемики. Искусство интервьюера.

12. Формирование системы ценностей журналиста. Социальная роль, личная культура и ответственность журналиста.

13. Функции заголовков в современной прессе. Основные типы заголовков. Варианты персонификации заголовков. Игровой заголовок.

14. Информация, агитация, пиар, реклама на телеэкране – в чем их особенность и отличие?

15. Основы практической деятельности журналиста информационной службы газеты, радио, телевидения, интернет-СМИ – общность и различия.

16. Деловая и политическая журналистика – особенности функционирования на современном этапе. Какие новшества Вы можете отметить в подходе к политической журналистике?

17. Информация и новости в электронных СМИ. Типология информационных программ электронных СМИ.

18. Участие журналиста в коллективной творческой деятельности. Личность и коллектив, автор и аудитория, влияние на журналиста обратной связи с читателем и зрителем.

19. «Новостная журналистика». Понятие журналистской информации. Природа, сущность и функции. Новость в информационном потоке. Сенсации как тип информации.

20. Работа журналиста с текстами, поступающими в СМИ из других сфер деятельности – от официальных документов и социологических исследований до фольклора и Интернета.

21. Современное ТВ как продукт коллективного творчества; личная зависимость и ответственность журналиста. Политика канала и гражданская позиция журналиста.

22. Журналистика как профессия. Какими качествами должен обладать человек, чтобы быть успешным журналистом вообще и успешным тележурналистом в частности? Попробуйте доказать свое мнение на примере одной из известных персон российского телевидения.

## **Примерный тест по курсу «Теория и практика массовой информации»**

### **1-ый уровень сложности:**

#### **1. К средствам массовой информации не относится:**

- 1) пресса;
- 2) радио;
- 3) художественная литература;
- 4) телевидение.

#### **2. К средствам массовой информации относится:**

- 1) литература;
- 2) телевидение;
- 3) театр;
- 4) киноискусство.

#### **3. В чем проявляется культурологическая функция СМИ:**

- 1) предоставление актуальной информации о различных сферах деятельности людей;
- 2) формирование общественного мнения и создание социальных стереотипов;
- 3) снятие социальной напряженности, интеграция общества;
- 4) взаимодействие с массовой культурой.

#### **4. Для регулирующей функции СМИ характерно:**

- 1) предоставление информации и возможность прогнозирования действий;
- 2) манипуляции и управление общественным сознанием;
- 3) функции социального контроля;
- 4) формирует эстетический вкус, способствует сохранению культурных традиций.

#### **5. С какой функцией СМИ связано понятие массовой культуры:**

- 1) информационной;
- 2) регулирующей;
- 3) культурологической;
- 4) социализации.

#### **6. Массовая коммуникация представляет собой:**

- 1) Систему взаимосвязей, позволяющую получить практически одновременный доступ к социально значимым сообщениям большому числу людей, независимо от места расположения, социального статуса.

2) Систему взаимосвязей, позволяющую получить ограниченный доступ к социально значимым сообщениям большому числу людей, независимо от места расположения, социального статуса.

3) Систему взаимосвязей, позволяющую получить доступ к социально значимым сообщениям небольшому числу людей в зависимости от места расположения, социального статуса.

**7. Какое из утверждений о природе СМИ является неверным:**

1) увеличение объемов информационных программ;

2) возможность интерактивности;

3) СМИ не учитывают запросы потребителя;

4) СМИ предоставляет оценочную и социально значимую информацию.

**8. Социально обусловленное явление, основной функцией которого является воздействие на аудиторию через содержание передаваемой информации, называется:**

1) социальным институтом;

2) массовой коммуникацией;

3) социальным фактом;

4) средствами массового воздействия.

**9. К техническим средствам коммуникации в отличие от СМИ относят:**

1) телевидение;

2) прессу;

3) телефон;

4) радиостанцию.

**10. К средствам массовой информации относят:**

1) телеканал Россия;

2) книжное издательство «Просвещение»;

3) театр «Современник»;

4) телетайп.

**11. Какой из основополагающих принципов законодательства в сфере массовой информации назван неправильно?**

1) принцип свободы массовой информации;

2) принцип баланса интересов;

3) принцип идеологического однообразия;

4) принцип судебного разрешения споров.

**12. Кто из перечисленных лиц не может выступать учредителем СМИ?**

1) органы государственной власти и органы местного самоуправления;

2) объединения граждан, предприятие, учреждение, организация, деятельность которой законом не запрещена;

3) гражданин другого государства или лицо без гражданства, не проживающее постоянно на территории РФ;

4) гражданин, прибывающий в местах лишения свободы по решению суда.

**13. Деятельности СМИ может быть прекращена или приостановлена:**

1) по решению органов государственной власти;

- 2) по решению учредителя;
- 3) по решению суда по иску регистрирующего органа.

**14. Отказ в предоставлении запрашиваемой СМИ информации**

- 1) возможен по решению должностного лица;
- 2) не возможен;
- 3) возможен, если информация содержит коммерческую или государственную тайну.

**15. Редакция не обязана:**

- 1) отвечать на письма граждан и пересылать эти письма организациям и должностным лицам, в чью компетенцию входит их рассмотрение;
- 2) соблюдать авторские права на используемые произведения;
- 3) сохранять в тайне источник информации.

**16. Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации**

- 1) Телевидение
- 2) Радио
- 3) Пресса
- 4) Интернет

**17. Первоначальное значение слова «газета»:**

- 1) периодическое печатное издание;
- 2) информационный листок;
- 3) текст на пергаменте;
- 4) итальянская мелкая монета, составлявшая цену письменного сообщения о какой-либо товарной новости.

**18. Рождение прессы датируется**

- 1) 1600 годом;
- 2) 1603 годом;
- 3) 1609 годом;
- 4) 1700 годом.

**19. Первая российская печатная газета называлась:**

- 1) «Ведомости»;
- 2) «Известия»;
- 3) «Куранты»;
- 4) «Новости».

**20. Информационное общество — это:**

- 1) общество, в котором господствует государственная информационная политика;
- 2) общество, в котором налажен информационный обмен;
- 3) общество с развитыми СМИ;
- 4) открытое общество, в котором в качестве базисной характеристики выступает доминирующая личностная собственность на знания и информацию, имеющая свойства товара.

## **2-ой уровень сложности:**

### **1. Какое из нижеуказанных утверждений является неверным:**

1. PR – это функция управления общественным мнением;
2. PR - это планируемые и осуществляемые усилия по установлению благоприятного мнения о предприятии (личности) в обществе;
3. PR - это искусство и наука достижения гармонии между предприятием (личностью) и общественностью;
4. PR – это способность нравиться общественности.

### **2. Цели работы журналиста и PR-менеджера:**

1. Полностью совпадают;
2. Журналист отражает событийную картину мира, а PR-менеджер отражает картину мира с точки зрения максимально положительного образа предприятия (личности);
3. PR-менеджер делает объективный анализ общественных проблем с целью их разрешения, а журналист только отражает событийную картину мира.

### **3. Первой российской газетой считается:**

1. газета "Санкт-Петербургские ведомости";
2. газета "Московские ведомости";
3. газета «Трутень»;
4. газета «Аргументы и факты».

### **4. Согласно теории М. Кастельса:**

1. Информационное общество возникает сразу после волны сельскохозяйственной цивилизации.
2. Информационное общество возникает после того, как стоимость расходов на приобретение новых технологий начинает превышать стоимость расходов на материальные активы.
3. Информационное общество возникает после появления машин, как опосредующего звена между человеком и природой, меняющего человеческую психологию.

### **5. Уберите неправильное утверждение. Знание ТипМИ позволяет:**

1. уметь находить факты;
2. уметь отбирать факты;
3. уметь осмысленно воспроизводить факты;
4. уметь придумывать события, называя их фактами;
5. проводить анализ теоретического и эмпирического материала;
6. на базе анализа применять грамотные управленческие решения.

### **6. Если мы рассматриваем знания, исходя из теории и практики массовой информации, какое из определений является наиболее точным.**

1. Знания – это осознанная и ставшая лично значимой информация на основе воспринятых данных.
2. Знания – это информация, содержащаяся в бумажных и электронных источниках.
3. Знания – это информация, о которой сообщает докладчик через СМИ.

4. Знания – это информация, интересная общественности.

**7.Какая фраза принадлежит немецкий философу и социологу Юргену Хэбермасу, посвятившему свои исследования развитию общества:**

1. «Труд сделал из обезьяны человека»
2. «Коммуникация – базовый признак социального прогресса»
3. «Крепкая семья – основа развития общества»
4. «Бурное развитие СМИ – база для общественной эволюции»

**8.Модель коммуникативного акта, разработанная в 1948 г. Г. Лассуэллом, выглядит следующим образом:**

1. Кто сообщает – Что сообщает – По какому каналу – С каким эмоциональным настроением – Кому сообщает;
2. Кто сообщает – Что сообщает – Как закодировано – по какому каналу – Кому сообщает – С каким эффектом;
3. Кто сообщает – Что сообщает – По какому каналу – Кому сообщает – С каким эффектом;
4. Кто сообщает – Что сообщает – По какому каналу – С какими помехами - Кому сообщает – С каким эффектом.

**9. В современной России средствами массовой информации являются:**

1. Печать, телевидение, радио;
2. Печать, телевидение, радио, интернет;
3. Печать, телевидение, радио, кинематограф, реклама;
4. Печать, телевидение, радио, интернет, реклама, PR.

**10. Общественное мнение – отношение общества к социально значимым проблемам жизнедеятельности, публично наблюдаемым позициям и поведению отдельных личностей, затрагивающих общие интересы. Кто выражает общественное мнение:**

1. Элита, общественность, общественно неактивная часть народа, отверженные;
2. Общественность и отверженные;
3. Элита и общественность;
4. Общественность.

**11. Легитимная власть – это:**

1. Власть, которую принимает народ;
2. Власть, которую не принимает народ;
3. Власть, управляющая на данный момент государством;
4. Власть, которую принимает элита.

**12. СМИ называют «четвертой властью», так как они могут:**

1. От имени общества разрабатывать проекты законов;
2. С помощью контролирующей функции влиять на действия правительства;
3. От имени власти менять судебные решения;
4. От имени общества изменять политический строй.

**13. Волновая теория американского футуролога Э.Тоффлера представляет собой:**

1. Теорию трех волн: Первая волна – сельскохозяйственная цивилизация. Вторая волна – индустриальная революция. Третья волна – интеллектуальная (информационная) революция.
2. Теорию четырех волн: Первая волна – общинное хозяйство. Вторая волна – сельскохозяйственная цивилизация. Третья волна – индустриальная революция. Четвертая волна – интеллектуальная (информационная) революция.
3. Теорию пяти волн: Первая волна – общинное хозяйство. Вторая волна – сельскохозяйственная цивилизация. Третья волна – индустриальная революция. Четвертая волна – интеллектуальная (информационная) революция. Пятая волна – кибернетическая революция.

**14. Принципом существования современного информационного общества не является:**

1. Соблюдение прав и основных свобод человека, включая свободу выражения своего мнения;
2. Осуществление реализации права на образование и всех смежных прав в сфере культуры;
3. Обеспечение максимально широкого доступа к общественному знанию, независимо от качества информации;
4. Сохранность и поддержание разнообразия культурных парадигм, языковых общностей.

**15. Доктрина информационной безопасности России утверждена президентом страны осенью 2000 года. Она основой служит для:**

1. формирования государственной политики в области обеспечения информационной безопасности;
2. подготовки предложений по совершенствованию правового, методического, научно-технического и организационного обеспечения информационной безопасности всех стран;
3. разработки целевых программ обеспечения информационной безопасности только государственных объектов.

**16. Основная функция управленческих коммуникаций:**

1. Достижение разобщенности людей в рамках поставленных целей;
2. Достижения общности людей при сохранении особенностей личности каждого;
3. Достижение общности управляющих при разобщенности управляемых.

**17. Социальная информация это:**

1. Социальная информация – это информация, которая связана с отражением, познанием и преобразованием различных форм жизнедеятельности людей;
2. Социальная информация – это информация, которая связана с отражением, познанием и преобразованием политической жизни людей;
3. Социальная информация – это информация, которая связана с отражением, познанием и преобразованием культурной и политической людей

**18. Выберите правильное определение.**

1. Управленческая информация – это часть социальной информации, которая выделена из ее общего массива по критериям пригодности к обслуживанию

государственно-правовых процессов формирования и реализации управляющих воздействий.

2. Управленческая информация – это часть социальной информации, которая выделена из ее общего массива по критериям пригодности к обслуживанию государственных процессов формирования и реализации управляющих воздействий.

3. Управленческая информация – это часть социальной информации, которая выделена из ее общего массива по критериям пригодности к обслуживанию правовых процессов формирования и реализации управляющих воздействий.

**19. Какой из нижеперечисленных принципов, не является принципом управленческой информации:**

1. Достоверность;
2. Полнота;
3. Неизменность;
4. Целостность;
5. Своевременность.

**20. К организационно-правовой базе деятельности органов государственного управления не относятся:**

1. Акты Президента и Правительства Российской Федерации;
2. Конституция и законы;
3. Справки органов государственного управления региональной и межрегиональной компетенции;
4. Законы и нормативные акты органов представительной власти субъектов Российской Федерации.

**21. Элементом эффективности современной управленческой информации является:**

1. Использование современных автоматических информационных систем управления, новой компьютерной техники и других средств коммуникации.
2. Создание разобщенной системы федеральных, региональных и муниципальных информационно-аналитических служб.
3. Повышение теоретического уровня подготовки кадров государственных и муниципальных служащих.

**22. Какое из нижеуказанных утверждений более точное:**

1. СМИ и СМК отражают совокупность социальной действительности, создавая наше представление об этой действительности, воздействуя на общественное сознание и через него - на общественное мнение.
2. СМИ отражают совокупность социальной действительности, создавая наше представление об этой действительности, воздействуя на общественное сознание и через него - на общественное мнение.
3. СМК отражают совокупность социальной действительности, создавая наше представление об этой действительности, воздействуя на общественное сознание и через него - на общественное мнение.

**3-ий уровень сложности:**

**1. Авторские права должны обеспечивать охрану:**

- а) произведений – результатов творческой деятельности авторов
- б) исполнения – результаты творческой деятельности артистов -исполнителей;
- в) фонограммы – звукозаписи;
- г) передачи организаций вещания (передачи телевизионных и радиовещательных организаций).

**2. Права на телевизионную или радиопрограмму имеют:**

- а) автор, его наследники или иные правопреемники (по закону или договору);
- б) автор-исполнитель, его наследники или иные правопреемники (по закону или договору);
- в) производитель фонограммы или его правопреемники;
- г) вещательная организация, осуществившая передачу, или ее правопреемники .

**3. Кто не может являться правопреемником автора?**

- а) наследники автора;
- б) работодатель (в случаях, предусмотренных законом или договорами)
- в) сосед автора (в том случае, если у автора нет родственников);
- г) физические или юридические лица по договору с автором или его правопреемниками.

**4. В соответствии с российским законодательством авторские права возникают:**

- а) в силу факта создания произведения;
- б) после издания произведения;
- в) после освещения факта издания произведения в СМИ;
- г) после оформления бумаг на авторство.

**5. Какой статьей УК РФ предусмотрена уголовная ответственность за нарушения авторских и смежных прав?**

- а) ст. 98 УК РФ
- б) ст. 146 УК РФ
- в) ст. 149 УК РФ
- г) ст 118 УК РФ

**6. Какой срок предусмотрен в УК РФ за нарушение авторских и смежных прав?**

- а) до 5 лет лишения свободы
- б) до 15 лет лишения свободы
- в) до 2 лет лишения свободы
- г) только штраф

**7. Благодаря презумпции авторства для того, чтобы доказать, что автором данного произведения действительно является лицо, заявляющее об этом, ему достаточно:**

- а) просто сказать об этом;
- б) привести знакомого, который подтвердит его авторство;
- в) представить экземпляр произведения, на котором он указан в качестве автора;
- г) принести изданный экземпляр произведения с печатью издателя.

**8. Что не является возможным способом обеспечения доказательств автора для неизданных (неопубликованных) произведений):**

- а) направление самому себе или своему знакомому по почте пакета с экземпляром своего произведения и хранение этого пакета для представления в суд при возникновении спора об авторстве в качестве доказательства того, что в определенную дату произведение было уже им создано.
- б) депонирование (регистрации) в одном из российских авторских обществ.
- в) использование различных вариантов совершения нотариальных действий.
- г) достаточно просто сказать на суде, что ты являешься автором данного произведения.

**9. Что не является элементом, составляющим знак охраны авторских прав?**

- а) Латинская буква «С» в окружности;
- б) знак @;
- в) имя (наименование) обладателя исключительных авторских прав;
- г) год первого опубликования произведения.

**10. Что из перечисленного охраняется авторским правом?**

- а) официальные документы (законы, судебные решения, иные тексты законодательства, административного и судебного характера)
- б) государственные символы и знаки (флаги, гербы, ордена, денежные знаки и т.д.)
- в) литературные произведения, написанные от руки;
- г) произведения народного творчества (выражения фольклора)

**11. В основу Бернской конвенции положены три основных принципа (найдите лишнее)**

- а) национального режима – каждое участвующее государство должно предоставлять произведениям, созданным в других государствах-участниках, такую же охрану, какую оно предоставляет произведениям своих граждан;
- б) автоматической охраны – предоставление охраны не зависит от соблюдения каких-либо формальностей (условий регистрации, депонирования и т. д.);
- в) территориальный режим – государство охраняет произведение, только пока оно находится на его территории;
- г) минимальных стандартов – законы каждого государства должны обеспечивать некоторые гарантированные базовые уровни защиты авторских прав.

**12. Для доказывания авторства сам автор, его наследники или иные заинтересованные лица при рассмотрении спора в суде могут использовать любые допускаемые российским законодательством доказательства. Что не**

**входит в этот список?**

- а) объяснения сторон и третьих лиц;
- б) показания свидетелей;
- в) вера на слово;
- г) заключения экспертов.

**13. Что не вправе делать лицо, купившее книгу,**

- а) читать ее,
- б) продать ее,
- в) подарить,
- г) снимать с нее копии и распространять их.

**14. Что является незаконным использованием произведений:**

- 1) использование произведений на основании разрешения обладателей исключительных прав в отношении соответствующих способов использования;
- 2) использование произведений на основании лицензионных соглашений, заключаемых с организациями по коллективному управлению авторскими правами;
- 3) использование произведений без согласия правообладателей, но с выплатой им вознаграждения – в случаях, специально предусмотренных Законом;
- 4) распространение копий произведения.

**15. Что не является видами (группами) прав, предусмотренных Законом об авторском праве?**

- а) личные неимущественные права
- б) личные имущественные права
- в) исключительные права
- г) особые имущественные права на получение вознаграждения

**16. Возможность наступления какой ответственности за нарушения авторских и смежных прав не предусматривает Российское законодательство?**

- а) гражданско-правовой;
- б) административной;
- в) уголовной;
- г) дисциплинарной.

**17. В соответствии с общим правилом имущественные авторские права на произведение действуют**

- а) в течение всей жизни автора и 70 лет после его смерти
- б) только в течение всей жизни автора
- в) только после смерти автора
- г) в течение всей жизни автора и 50 лет после его смерти.

**18. По окончании срока действия авторских прав произведения переходят**

- а) к тому, кто первый подаст на них право;
- б) с дальним родственникам;
- в) в общественное достояние;
- г) снова к автору

**19. Что с точки зрения российского законодательства не может рассматриваться как их распространение?**

- а) использование произведений в цифровых сетях, в том числе в Интернете,
- б) продажа отдельной книги,
- в) продажа всего выпущенного тиража издания.

**20. Фонограммой признается**

- а) записи исполняемые артистами (певцами, музыкантами) музыкальных произведений
- б) любая звуковая запись
- в) записи звуков дикой природы
- г) различные звуковые коллекции.

**Темы рефератов по дисциплине**

1. Новые подходы в исследованиях журналистики
2. Массмедиа как система
3. Тенденции организации медиапространства в XXI веке
4. Новые модели медиакommunikации в XXI веке
5. Медиаэкономика и медиабизнес в РФ
6. Российская журналистика и кризис
7. Медиа и новые технологии: эволюция теоретических концепций
8. Массмедиа, гражданское общество и публичная сфера
9. Общественные медиа как альтернатива традиционным СМИ
10. Конвергенция: журналистика, реклама, связи с общественностью
11. Конвергенция технологическая, контентная, экономическая
12. Предметное поле медиа: парадигмы постмодерна
13. Предметное поле журналистики: ментальные сферы
14. Предметное поле СМК: технологические сферы
15. Предметное поле СМК: новые сферы
16. Новые подходы в исследованиях СМК в XXI веке
17. СО и СМИ: парадигмы взаимодействия
18. Публицистика как инструмент общественного политического влияния
19. Нормативные теории СМК
20. Общественно-научные теории СМК
21. Функциональные теории СМК
22. Теории «здравого смысла» СМК
23. Авторитарная теория СМК
24. Либертарианская теория СМК

25. Советская коммунистическая теория СМК
26. Социальной ответственности теория СМК
27. Теория медиа периода развития
28. Теория демократического участия (партиципаторная) СМК
29. Теории массового общества и теории СМК
30. Теория «магической пули»
31. Теория пропаганды
32. Теория эффектов коммуникации
33. Концепция лидеров мнения
34. Теория изменения установок
35. Концепция индивидуального функционализма в СМК
36. Теория диффузии инноваций
37. Феноменологическая теория
38. Элитарный плюрализм
39. Теория социального научения
40. Теория сублимации
41. Теория активной аудитории
42. Теория обретения пользы и удовлетворения
43. Теория игры
44. Теория заговора и медиазависимости
45. Теория выстраивания приоритетов
46. Теория «спирали молчания»
47. Культурологический анализ в СМК
48. Символический интеракционизм в СМК
49. Теория ритуала в СМК
50. Социальное конструирование реальности СМК
51. Анализ фреймов в СМК
52. Теория культивации
53. Неомарксистские теории в СМК
54. Франкфуртская школа СМК
55. Британские школы исследований СМК
56. Торонтская школа (Г. Иннис, М. Маклюэн)
57. Современные концепции медиаменеджмента
58. Медиаэкономика в период кризиса
59. Реклама в современных СМИ

#### **5.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков**

В процессе изучения дисциплины осуществляются следующие виды контроля:

- **входной контроль** заключается в изучении первоначальных знаний по смежным предшествующим дисциплинам, проведении входного опроса о наличии представлений, знаний, умений и навыков по данной дисциплине;
- **текущий контроль** качества усвоения знаний состоит в оценке самостоятельных и практических работ, а также в проведении опросов в

конце разделов курса;  
— **рубежный контроль** – экзамен.

### **Критерии оценивания ответа обучающегося**

Высшим баллом **«отлично» (зачтено)** аттестуется обучающийся, полностью овладевший программным материалом или точно и полно выполнивший практические задания. При этом он проявляет самостоятельность в суждениях, умение представить тезисный план ответа; владение теорией, умение раскрыть содержание проблемы; свободное оперирование научным аппаратом, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, апеллировать к источникам. Обучающийся, опираясь на межпредметные связи, показывает способность связать научные положения с будущей практической деятельностью; умение делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагать ответ на вопрос.

Оценка **«хорошо» (зачтено)** ставится, если обучающийся овладел программным материалом, умеет оперировать основными категориями и понятиями изучаемой отрасли знаний, но самостоятельность суждений, знание литературы у него более ограничены. Он умеет представить план ответа; владеет теорией, раскрывающей проблему; умеет иллюстрировать основные теоретические положения конкретными примерами и практики. Вместе с тем допускает ошибки в ходе ответа на вопросы. Умеет делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка **«удовлетворительно» (зачтено)** ставится обучающемуся, который в основном знает материал программы, в целом верно выполнил задания, но знания его неполны и поверхностны, самостоятельные суждения отсутствуют. Обучающийся имеет представление о требованиях практики в своей профессиональной области, знает основную литературу, обладает необходимыми умениями. Может оперировать основными понятиями и категориями изучаемой науки, но допускает ошибки в ответе, обнаруживает пробелы в знаниях. Умеет делать выводы; грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка **«неудовлетворительно» (не зачтено)** ставится, если обучающийся демонстрирует незнание или непонимание учебного материала, не владеет навыками, овладение которыми предусмотрено программой дисциплины, не может выполнить предложенных заданий, не знаком с основной рекомендованной литературой. Это проявляется в отсутствии плана ответа, существенных ошибках при изложении материала, трудностях в практическом применении знаний, неумении сформулировать выводы.

### **Критерии оценки рефератов**

- 1) соответствие теме;
- 2) глубина проработки материала;
- 3) правильность использования источников;
- 4) оформление.

**Оценка «5»** ставится, если работа соответствует всем, перечисленным выше

критериям.

**Оценка «4»** ставится, если работа соответствует трем из четырех, перечисленных выше критериев.

**Оценка «3»** ставится, если работа соответствует двум из четырех, перечисленных выше критериев.

**Оценка «2»** ставится, если работа соответствует только одному из перечисленных выше критериев.

#### **Критерии оценки тестовых заданий:**

«3», зачтено – выполнение 50% предложенных заданий;

«4» – выполнение 75% предложенных заданий;

«5» – выполнение 85% предложенных заданий.

#### **Критерии оценивания работы на семинарских и практических занятиях, устных форм проведения контроля знаний:**

1) Выделение основных понятий, характеристик, владение терминами и знание современных тенденций развития массовых коммуникаций.

2) Полнота и логичность сделанных выводов.

3) Активность обсуждения, умение вести диалог.

4) Грамотность формулировок, критичность мышления, разносторонность подходов к анализу материала.

Задание оценивается путем признания его соответствия и несоответствия перечисленным критериям. Соответствие трем критериям из четырёх – «зачтено».

#### **Критерии оценки работы студентов во время групповых дискуссий:**

1) Активность участия в дискуссии.

2) Аргументация с использованием:

- терминов и понятий изучаемого курса, других учебных дисциплин;
- фактов современной жизни;
- фактов, демонстрирующих знания современных коммуникативных процессов;
- мнений известных исследователей, социологов, политологов, специалистов по коммуникациям и имиджу;
- ссылок на правовые источники и иные официальные документы.

3) Логичность и последовательность аргументации.

Оценивается только работа тех обучающихся, кто принимал участие в дискуссии путем признания ее соответствия и несоответствия перечисленным критериям. Соответствие двум критериям из трёх – «зачтено».

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (включая самостоятельную работу)**

## Основная литература:

1. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13985-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт— URL: <https://urait.ru/bcode/535874>.
2. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт— URL: <https://urait.ru/bcode/543101>.
3. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2851-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448047>
4. Сычев А.В. Теория и практика разработки современных клиентских веб-приложений [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Сычев А.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2021.— 482 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/102067.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 603 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15379-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт— URL: <https://urait.ru/bcode/535800>.

## Дополнительная литература:

1. Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — ISBN 978-5-4486-0598-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>
2. Москвитина, Л. И. В мире новостей. Ч. 1 : учебное пособие по развитию навыков аудирования на материале языка средств массовой информации (продвинутый этап) / Л. И. Москвитина. — Санкт-Петербург : Златоуст, 2019. — 164 с. — ISBN 978-5-86547-511-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81351.html>
3. Шарков, Ф. И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммунологии : монография / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под редакцией Ф. И. Шаркова. — Москва : Дашков и К,

Международная академия коммуникологии, 2019. — 304 с. — ISBN 978-5-394-03065-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85462.html>

### **Интернет-ресурсы:**

4. Блог сервиса [Pressfeed](#) — сервис для коммуникации между представителями прессы и ньюсмейкерами. В блоге много полезных постов и советов экспертов в медиа, PR, маркетинге.
5. [Mediahubble](#) — платформа для работников медиа и креативных индустрий.
6. [Cossa.ru](#) — информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. Новые инструменты продвижения и оптимизация работы.
7. [Mediaskunk.ru](#) — блог креативного директора [Sports.ru](#) и [Tribuna.com](#) Михаила Калашникова
8. [Mediatoolbox.ru](#) — блог о медиатрендах компании Mediatoolbox. Один из авторов Всеволод Пуля.
9. [Mediakritika.by](#) — ресурс, созданный командой белорусских медиаэкспертов.
10. Клуб «[Медиаоблако](#)» — профессиональное сообщество журналистов, где публикуют интервью с известными журналистами и размышления о профессии.
11. [Mediabitch.ru](#). Автор: PR-специалист Розалия Каневская. В ее блоге найдете советы, изучение удачных кейсов, интервью с профессионалами PR.

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для выполнения практических работ, проведения тренингов и выполнения тестовых заданий подготовлены печатные материалы, которые содержатся в методической папке (кафедра гуманитарных и естественно-научных дисциплин), используются мультимедийные ресурсы кафедры и вуза.

Лекционные и семинарские занятия предполагают комплект презентационного оборудования: мультимедиа-проектор, ноутбук (или ПЭВМ).

Компьютерный класс с установленными программными средствами привлекается для проведения практических занятий и для осуществления текущего и рубежного контроля знаний студентов в форме тестирования.

Используемые программы (для подготовки и проведения занятий):

- Microsoft Office (PowerPoint, Word); Adobe Photoshop; Adobe Reader; Eset NOD32 Antivirus; Etxt Antiplagiat
- Браузеры: Google Chrome, Mozilla Firefox
- Медиапроигрыватели: Media Player Classic Homecinema, Windows Media
- SaaS-платформа WIX
- Профессиональный интерфейс Яндекс.Директ

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья необходимы специальные условия для получения образования. В целях доступности

получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университетом обеспечивается:

1. Наличие альтернативной версии официального сайта Университета в сети «Интернет» для слабовидящих;

2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекты питания, туалетные и другие помещения Университета, а также пребывания в указанных помещениях.

#### **8. Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.04.2014 г. № АК-44/05вн и «Положением об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным ректором ОЧУ ВО «Еврейский университет» от 20.06.2019 г.

Подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом их индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному графику.