

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета  Акопян А.В.
«31» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины
«Теория и практика массмедиа»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника бакалавр

Нормативный период обучения 4 года / 4 года и 11 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2021

Автор программы  /Аксенова О.Н./

Заведующий кафедрой
Связи с общественностью  /Скрипникова Н.Н./

Руководитель ОПОП  /Скрипникова Н.Н./

Воронеж 2021

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели дисциплины формирование у студента системного представления о журналистском творчестве как комплексе различных видов деятельности, о технологии журналистского творчества, закономерностях создания и обработки журналистского текста и его представления в различных средствах массовой информации.

1.2. Задачи освоения дисциплины

- приобретение знаний и практических навыков в области журналистики;
- использование механизмов функционирования массовой информации в практической деятельности (создание информационных и аналитических материалов);
- развитие творческого потенциала студентов;
- формирование навыков взаимодействия со средствами массовой информации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Теория и практика массмедиа» относится к дисциплинам обязательной части блока Б1.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-3 - Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
ОПК-1	знать базовые навыки создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга
	уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
	владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией
ОПК-3	знать профессиональные проблемы, иметь способность отстаивать свою точку зрения,

	объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы
	уметь использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы
	владеть знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Теория и практика массмедиа» составляет 11 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий
очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Аудиторные занятия (всего)	234	54	72	54	54
В том числе:					
Лекции	108	36	36	18	18
Практические занятия (ПЗ)	126	18	36	36	36
Самостоятельная работа	72	18	9	18	27
Курсовой проект	+			+	
Курсовая работа	+	+			+
Часы на контроль	90	-	27	36	27
Виды промежуточной аттестации - экзамен, зачет с оценкой	+	+	+	+	+
Общая трудоемкость: академические часы	396	72	108	108	108
зач.ед.	11	2	3	3	3

заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры			
		2	3	4	5
Аудиторные занятия (всего)	40	14	8	8	10
В том числе:					
Лекции	18	6	4	4	4
Практические занятия (ПЗ)	22	8	4	4	6
Самостоятельная работа	334	126	100	55	53
Курсовой проект	+			+	

Курсовая работа	+	+			+
Часы на контроль	22	4	-	9	9
Виды промежуточной аттестации - экзамен, зачет с оценкой	+	+		+	+
Общая трудоемкость:					
академические часы	396	144	108	72	72
зач.ед.	11	4	3	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Личность журналиста в современном мире. Методы сбора информации в журналистике.	Журналистика – профессия, формирующая общественный взгляд на мир. Функции журналистики и их взаимодействие (идеологические, культурно-просветительские, рекреативные, рекламно-справочные, непосредственно организационные). Этико-правовые основы журналистики. Закон РФ о СМИ. Профессиональные качества очень важны в любой профессии. Журналист должен быть коммуникабельным, внимательным, иметь повышенное чувство профессиональной и социальной ответственности. Права и обязанности журналиста. Профессиональная этика журналиста. Журналист может получать информацию в ходе непосредственного или опосредованного общения с источником. В таком случае он использует коммуникативные методы сбора информации. Журналист также может получать информацию, минуя стадию общения, то есть таким образом, что никаких коммуникативных действий не предпринимает. В этом случае он использует некоммуникативные методы. Третий способ получения информации – использование синтетических или аналитических методов.	18	20	12	50
2	Структура творческой деятельности. Типология современных СМИ.	Задумывая некую публикацию, журналист прежде всего должен определить тему. Тема произведения – это релевантный социальной ситуации сегмент событийной области (пространства), который дает автору представление о предмете повествования. Определившись с темой будущего произведения, журналист приступает к формированию его замысла. Замысел – это целостное представление о том, каким будет будущее произведение, в каком аспекте, с какой точки зрения, для какой аудитории будет решать затронутую проблему, раскрывать определенную тему. Формирование окончательной идеи становится последним этапом перед стадией написания текста. Идея – это представление о прагматических задачах, которые	18	20	12	50

		<p>предстоит решить, чтобы достичь поставленной цели и реализовать замысел. Главным типобразующим фактором средств массовой информации является — аудиторная направленность (от социально- демографических, социально-мировоззренческих черт аудитории, ее особенностей, потребностей, запросов, интересов, предпочтений и т.д. зависит проблемно-тематическая направленность СМИ, обращение к определенным пластам информации; при этом СМИ может быть по этому признаку универсальным, политематическим и монотематическим). А от того, в каком свете будут освещаться проблемы и темы, зависит социальная позиция СМИ, его политическая, экономическая и другая направленность в соответствии с представлением редакции о перспективах развития страны, ее месте и роли в мировом сообществе, линии поведения во внутренних и международных отношениях; при этом очень важно, какая позиция будет реализоваться в условиях плюрализма, т.е. линия поведения относительно других СМИ, представляющих другие социальные позиции, отстаивающие интересы других социальных слоев. Таким образом, выделяются следующие группы СМИ: по типу собственника, по языку СМИ, по территории распространения продукции, по целевому назначению, по характеру аудитории, периодичности выпуска, по источникам финансирования, по содержанию, по характеру обращения к тематическим пластам.</p>				
3	<p>Структура журналистского текста и принцип перевернутой пирамиды. Понятие жанра в журналистике. Информационные жанры. Аналитические газетно-журнальные жанры. Художественно-публицистические жанры.</p>	<p>Наиболее популярной структурой, которая сформировалась в практике газетной деятельности еще в XIX веке, является принцип перевернутой пирамиды, который основывается на изложении материала от наиболее значимых аспектов к менее значимым деталям. На верхней ступени пирамиды «стоит» хэдлиан – это основная мысль сообщения, его суть, вынесенная в начало.</p> <p>Вторая линия схемы состоит из менее информативных аспектов – лид. Эта часть текста следует за хэдлианом, в которой раскрываются основные аспекты события по мере убывания их значимости.</p> <p>Следующая часть перевернутой пирамиды – основной текст. Он дополняет фактами и деталями основные аспекты лида, раскрывает основную идею, выраженную хэдлианом от наиболее значимых к менее значимым. Завершающий элемент структуры – заключение. Понятие жанра – одно из ключевых понятий журналистики. Каждый жанр имеет свою содержательную и формальную специфику. Жанр в общем смысле – это тип, особая форма отображения реальной действительности, имеющий характерные особенности. К основным жанровым признакам относятся: тема произведения; композиционная организация материала; мера типизации; изобразительные и выразительные средства. Факторы, определяющие выбор жанра: характер отображаемого объекта; позиция</p>	18	20	12	50

		<p>автора; конечная цель.</p> <p>В журналистике принято деление жанров на три основных вида: информационные, аналитические и художественные. Аналитические жанры отличаются глубиной, детальной проработкой причинно-следственных связей, оценочных отношений предмета, основательностью аргументации. Основное требование к аналитическим жанрам – взвешенность фактов, доказательность выводов и четкая авторская позиция.</p> <p>К аналитическим жанрам относятся - корреспонденция, статья, обозрение, обзор печати, рецензия.</p> <p>Корреспонденция структурно представляет собой анализ фактов, связанных единством темы, и их комментарий. Ее задача – изучение причин и следствий явлений- определяет организационно-практическую направленность жанра.</p> <p>Статья – это жанр публицистики, выражающий развернутую, обстоятельно аргументированную концепцию автора или редакции по поводу актуальной социальной проблемы.</p> <p>Обозрение (ревю) – аналитический жанр, который знакомит читателей с важнейшими событиями жизни страны, области, города, предприятия за определенный период (неделю, месяц).</p> <p>Обзор печати – жанр, рецензирующий прессу. Его задача – обобщение опыта работы СМИ. Обзоры содержат критические замечания, советы и рекомендации и подразделяются на тематические, общие, информационные.</p> <p>Рецензия - это оценка научного, художественного или общественно-политического произведения.</p> <p>Художественно-публицистические жанры представляют собой синтез науки и искусства, литературы и социологии.</p> <p>Преимущественная сфера отражения в художественно-публицистических жанрах – это социальные, духовные, нравственные коллизии личности. Жанр художественной публицистики предполагает не только констатирующую речь, но и выражение отношения к сообщаемому.</p> <p>К художественно-публицистическим жанрам относятся: зарисовка, очерк, эссе, фельетон, памфлет.</p> <p>Зарисовка отображает главным образом внешние стороны описываемых событий или явлений. В ней важны живость, эмоциональная насыщенность описания.</p> <p>Очерк. Некоторые относят его к аналитическим жанрам. Другие – к жанрам художественной публицистики. С одной стороны – основан на фактах, с другой стороны – максимально приближается к художественным жанрам. Отличительная черта очерка – глубина авторского осмысления. Очерк не только комментирует и анализирует факт, но и переплавляет его через творческое сознание автора.</p> <p>Эссе – это размышления на разные темы. События в эссе преломляются через внутренний мир автора, это отражение реально произошедшего в авторском</p>				
--	--	---	--	--	--	--

		сознании. Фельетон – сатирико-юмористический художественно-публицистический жанр, главная цель - которого высмеять отрицательные явления. Для него характерна сатирическая типизация. Основное оружие фельетона – юмор, ирония. Памфлет – острое средство полемической борьбы. Этот жанр предполагает широкое использование гротеска, сарказма, иронии.				
4	Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR.	Определение корпоративной прессы. Ее цели и функции, особое место в системе СМИ. «Инструментальная», «двойственная» природа КП: соотношение журналистики и PR. Корпоративная пресса как средство публичных отношений. Понятие интегрированных коммуникаций. Есть ли конкуренция на рынке корпоративных СМИ? Борьба за внимание читателя. Значение корпоративной прессы для развития бизнеса, промышленности, науки и культуры. Особая социальная роль КП в условиях коммерциализации других СМИ.	18	22	12	52
5	Радиовещание и значение звучащего слова в эфире. Жанровое своеобразие радиожанров. Роль российского телевидения в период вхождения в информационное общество.	История радиовещания. Многообразие техники радиовещания и особенности ее применения. Специфика формирующих и выразительных средств. Радиожанр и его категории. Система жанров радиожурналистики. Информационные жанры радиожурналистики. Новости. Аналитические жанры радиожурналистики. Документально-художественные жанры радиожурналистики. Техника телевидения. Цифровое телевидение. Спутниковое телевидение. Кабельное телевидение. Этические принципы тележурналистики. Место телевидения в системе средств массовой коммуникации. Природа современного телевидения. Типовая технология телепередачи. Телевизионный сценарий. Телевизионные жанры.	18	22	12	52
6	Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Работа конвергентной редакции.	Общие признаки интернет-СМИ. Отличительные признаки интернет-СМИ. Функции интернет-СМИ. Газеты в Интернете. Радио в Интернете. Телевидение в Интернете. Классические и новые жанры. Мультимедийные и синтетические жанры. Новые принципы рубрикации и сюжетирования. Три цикла новостей. Планирование в конвергентной редакции. Новые профессии и роли журналиста.	18	22	12	52
Итого			108	126	72	306

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Личность журналиста в современном мире. Методы сбора информации в журналистике.	Журналистика – профессия, формирующая общественный взгляд на мир. Функции журналистики и их взаимодействие (идеологические, культурно-просветительские, рекреативные, рекламно-справочные, непосредственно организационные). Этико-правовые основы журналистики. Закон РФ о СМИ. Профессиональные качества очень важны в любой профессии. Журналист должен быть коммуникабельным, внимательным, иметь	4	2	54	60

		<p>повышенное чувство профессиональной и социальной ответственности. Права и обязанности журналиста. Профессиональная этика журналиста.</p> <p>Журналист может получать информацию в ходе непосредственного или опосредованного общения с источником. В таком случае он использует коммуникативные методы сбора информации. Журналист также может получать информацию, минуя стадию общения, то есть таким образом, что никаких коммуникативных действий не предпринимает. В этом случае он использует некоммуникативные методы. Третий способ получения информации – использование синтетических или аналитических методов.</p>				
2	<p>Структура творческой деятельности. Типология современных СМИ.</p>	<p>Задумывая некую публикацию, журналист прежде всего должен определить тему. Тема произведения – это релевантный социальной ситуации сегмент событийной области (пространства), который дает автору представление о предмете повествования. Определившись с темой будущего произведения, журналист приступает к формированию его замысла. Замысел – это целостное представление о том, каким будет будущее произведение, в каком аспекте, с какой точки зрения, для какой аудитории будет решать затронутую проблему, раскрывать определенную тему.</p> <p>Формирование окончательной идеи становится последним этапом перед стадией написания текста. Идея – это представление о прагматических задачах, которые предстоит решить, чтобы достичь поставленной цели и реализовать замысел. Главным типобразующим фактором средств массовой информации является — аудиторная направленность (от социально- демографических, социально-мировоззренческих черт аудитории, ее особенностей, потребностей, запросов, интересов, предпочтений и т.д. зависит проблемно-тематическая направленность СМИ, обращение к определенным пластам информации; при этом СМИ может быть по этому признаку универсальным, политематическим и монотематическим). А от того, в каком свете будут освещаться проблемы и темы, зависит социальная позиция СМИ, его политическая, экономическая и другая направленность в соответствии с представлением редакции о перспективах развития страны, ее месте и роли в мировом сообществе, линии поведения во внутренних и международных отношениях; при этом очень важно, какая позиция будет реализоваться в условиях плюрализма, т.е. линия поведения относительно других СМИ, представляющих другие социальные позиции, отстаивающие интересы других социальных слоев. Таким образом, выделяются следующие группы СМИ: по типу собственника, по языку СМИ, по территории распространения продукции, по целевому назначению, по характеру аудитории, периодичности выпуска, по источникам финансирования, по</p>	4	4	56	64

		содержанию, по характеру обращения к тематическим пластам.				
3	Структура журналистского текста и принцип перевернутой пирамиды. Понятие жанра в журналистике. Информационные жанры. Аналитические газетно-журнальные жанры. Художественно-публицистические жанры.	<p>Наиболее популярной структурой, которая сформировалась в практике газетной деятельности еще в XIX веке, является принцип перевернутой пирамиды, который основывается на изложении материала от наиболее значимых аспектов к менее значимым деталям. На верхней ступени пирамиды «стоит» хэдли́н – это основная мысль сообщения, его суть, вынесенная в начало.</p> <p>Вторая линия схемы состоит из менее информативных аспектов – лид. Эта часть текста следует за хэдли́ном, в которой раскрываются основные аспекты события по мере убывания их значимости.</p> <p>Следующая часть перевернутой пирамиды – основной текст. Он дополняет фактами и деталями основные аспекты лида, раскрывает основную идею, выраженную хэдли́ном от наиболее значимых к менее значимым.</p> <p>Завершающий элемент структуры – заключение. Понятие жанра – одно из ключевых понятий журналистики. Каждый жанр имеет свою содержательную и формальную специфику. Жанр в общем смысле – это тип, особая форма отображения реальной действительности, имеющий характерные особенности. К основным жанровым признакам относятся: тема произведения; композиционная организация материала; мера типизации; изобразительные и выразительные средства.</p> <p>Факторы, определяющие выбор жанра: характер отображаемого объекта; позиция автора; конечная цель.</p> <p>В журналистике принято деление жанров на три основных вида: информационные, аналитические и художественные. Аналитические жанры отличаются глубокой, детальной проработкой причинно-следственных связей, оценочных отношений предмета, основательностью аргументации. Основное требование к аналитическим жанрам – взвешенность фактов, доказательность выводов и четкая авторская позиция.</p> <p>К аналитическим жанрам относятся - корреспонденция, статья, обозрение, обзор печати, рецензия.</p> <p>Корреспонденция структурно представляет собой анализ фактов, связанных единством темы, и их комментарий. Ее задача – изучение причин и следствий явлений- определяет организационно-практическую направленность жанра.</p> <p>Статья – это жанр публицистики, выражающий развернутую, обстоятельно аргументированную концепцию автора или редакции по поводу актуальной социальной проблемы.</p> <p>Обозрение (ревью) – аналитический жанр, который знакомит читателей с важнейшими событиями жизни страны, области, города, предприятия за определенный период (неделю, месяц).</p> <p>Обзор печати – жанр, рецензирующий прессу. Его задача – обобщение опыта работы СМИ. Обзоры содержат критические замечания,</p>	4	4	56	64

		<p>советы и рекомендации и подразделяются на тематические, общие, информационные.</p> <p>Рецензия - это оценка научного, художественного или общественно-политического произведения.</p> <p>Художественно-публицистические жанры представляют собой синтез науки и искусства, литературы и социологии.</p> <p>Преимущественная сфера отражения в художественно-публицистических жанрах – это социальные, духовные, нравственные коллизии личности. Жанр художественной публицистики предполагает не только констатирующую речь, но и выражение отношения к сообщаемому.</p> <p>К художественно-публицистическим жанрам относятся: зарисовка, очерк, эссе, фельетон, памфлет.</p> <p>Зарисовка отображает главным образом внешние стороны описываемых событий или явлений. В ней важны живость, эмоциональная насыщенность описания.</p> <p>Очерк. Некоторые относят его к аналитическим жанрам. Другие – к жанрам художественной публицистики. С одной стороны – основан на фактах, с другой стороны – максимально приближается к художественным жанрам. Отличительная черта очерка – глубина авторского осмысления. Очерк не только комментирует и анализирует факт, но и переплавляет его через творческое сознание автора.</p> <p>Эссе – это размышления на разные темы. События в эссе преломляются через внутренний мир автора, это отражение реально произошедшего в авторском сознании.</p> <p>Фельетон – сатирико-юмористический художественно-публицистический жанр, главная цель - которого высмеять отрицательные явления. Для него характерна сатирическая типизация. Основное оружие фельетона – юмор, ирония.</p> <p>Памфлет – острое средство полемической борьбы. Этот жанр предполагает широкое использование гротеска, сарказма, иронии.</p>				
4	Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR.	<p>Определение корпоративной прессы. Ее цели и функции, особое место в системе СМИ. «Инструментальная», «двойственная» природа КП: соотношение журналистики и PR. Корпоративная пресса как средство публичных отношений. Понятие интегрированных коммуникаций. Есть ли конкуренция на рынке корпоративных СМИ? Борьба за внимание читателя. Значение корпоративной прессы для развития бизнеса, промышленности, науки и культуры. Особая социальная роль КП в условиях коммерциализации других СМИ.</p>	2	4	56	62
5	Радиовещание и значение звучащего слова в эфире. Жанровое своеобразие радиожанров. Роль российского телевидения в период вхождения в информационное общество.	<p>История радиовещания. Многообразие техники радиовещания и особенности ее применения. Специфика формирующих и выразительных средств.</p> <p>Радиожанр и его категории. Система жанров радиожурналистики. Информационные жанры радиожурналистики. Новости. Аналитические жанры радиожурналистики. Документально-художественные жанры радиожурналистики.</p> <p>Техника телевидения. Цифровое</p>	2	4	56	62

		телевидение. Спутниковое телевидение. Кабельное телевидение. Этические принципы тележурналистики. Место телевидения в системе средств массовой коммуникации. Природа современного телевидения. Типовая технология телепередачи. Телевизионный сценарий. Телевизионные жанры.				
6	Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Работа конвекгентной редакции.	Общие признаки интернет-СМИ. Отличительные признаки интернет-СМИ. Функции интернет-СМИ. Газеты в Интернете. Радио в Интернете. Телевидение в Интернете. Классические и новые жанры. Мультимедийные и синтетические жанры. Новые принципы рубрикации и сюжетирования. Три цикла новостей. Планирование в конвекгентной редакции. Новые профессии и роли журналиста.	2	4	56	62
Итого			18	22	334	374

5.2 Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины предусматривает выполнение курсового проекта в 3 семестре для очной формы обучения, в 4 семестре для заочной формы обучения.

Примерная тематика курсового проекта:

1. Аудитория СМИ как типичный носитель массового сознания. Потребности и интересы аудитории СМИ.
2. Теория свободы прессы и ее социальная ответственность. Экономические и юридические свободы СМИ.
3. Значение журналистики в PR – деятельности.
4. Тема культуры в СМИ (на примере конкретных изданий).
5. Экологическая тема в современных электронных СМИ.
6. Детская тематика в художественной публицистике (детские журналы).
7. Новые формы и виды жанров радио- и тележурналистики.
8. Тематические концепции и графическая модель газеты «PR на связи».
9. Жанр интервью в публицистике.
10. Ироничный фельетон в контекстной рекламе.
11. Прогнозирование в журналистском произведении.
12. Дискуссия на страницах аналитических изданий.
13. Журналистское расследование в СМИ.
14. Комическая природа факта. Нелепый ракурс как новая точка зрения и шанс исследования общественных проблем.
15. Влияние типа издания на журналистский текст.
16. Понятие компромата и скрытой рекламы.
17. Речевые обороты (тропы), стилистические фигуры в рекламных и PR – текстах.
18. Образовательная функция телеканала.
19. Опровержение как установление ложности какого-либо положения

20. Тенденции использования и перспективы художественной публицистики в современной прессе.

Задачи, решаемые при выполнении курсового проекта:

- самостоятельный поиск информации по выбранной теме;
- отбор существенной информации, необходимой для полного освещения изучаемой проблемы, отделение этой информации от второстепенной;
- логичное и последовательное раскрытие темы;
- обобщение знаний по теме и формулирование выводов на основе обзора литературы.

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины предусматривает выполнение курсовых работ в 4, 1 семестрах для очной формы обучения, 5, 2.

Примерная тематика курсовой работы:

1-й / 2-й семестр

1. Коммуникативные методы сбора информации.
2. Место факта в информационных, аналитических и художественно-публицистических жанрах.
3. Современные требования к журналисту.
4. Информационная заметка в газете (издания по выбору).
5. Публицистические жанры в еженедельных изданиях (по выбору).
6. Основные направления в проблематике современной прессы.
7. Функции журналистского текста.
8. Влияние типа издания на журналистский текст (женский, детский и прочее на выбор).
9. Формально-логические законы и их применение в журналистском тексте. Логические ошибки в текстах.
10. Журналистский текст и его свойства.
11. Виды репортажа. Актуальность выбора
12. Методы сбора информации – целесообразность и актуальность
13. Интервью как жанр и метод сбора информации.
14. Образ автора в аналитической публикации.
15. Проблема как объект отражения и исследования аналитической публикации.
16. Коммуникативные методы сбора информации.
17. Некоммуникативные методы сбора информации.
18. Методы включенного наблюдения.
19. Аналитические методы сбора информации (реконструкция, моделирование, риэлти).
20. Структура редакции. Процесс создания газеты.

4-й / 5-й семестр

1. Bespoke publishing» («издания на заказ»). Преимущества и недостатки аутсорсинга.
2. «Бортовые журналы» как вид корпоративных СМИ.
3. Вузовские СМИ: цели, функции, специфика аудиторией.
4. Издания B2B: особенности и тенденции развития.
5. Интранет-портал как элемент системы внутрифирменных коммуникаций.
6. Корпоративное радио (телевидение): особенности информационной политики.
7. Корпоративное СМИ как коллективный организатор.
8. Корпоративное издание как средство политического PR.
9. Корпоративные Интернет-сайты: современные тенденции развития.

10. Корпоративные СМИ в системе средств формирования корпоративной культуры.
11. Критика недостатков и обсуждение острых проблем в корпоративных СМИ.
12. Особенности дизайна современного корпоративного издания.
13. Особенности редакционной политики корпоративных СМИ градообразующих предприятий.
14. Привлечение коммерческой рекламы корпоративными СМИ: проблемы и перспективы.
15. Профильные и условно-корпоративные издания как переходная ступень между корпоративными и «обычными» СМИ.
16. Содержательная модель корпоративного издания.
17. Создание концепции корпоративного издания (на конкретном примере).
18. Специфика клиентских изданий.
19. Специфика корпоративных СМИ учреждений культуры.
20. Специфика работы журналиста в редакции корпоративного издания.
21. Формирование системы СМИ в финансово-промышленной группе.

Задачи, решаемые при выполнении курсовой работы:

- самостоятельный поиск информации по выбранной теме;
- отбор существенной информации, необходимой для полного освещения изучаемой проблемы, отделение этой информации от второстепенной;
- логичное и последовательное раскрытие темы;
- обобщение знаний по теме и формулирование выводов на основе обзора литературы.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

7.1.1 Этап текущего контроля

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«не аттестован».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Не аттестован
ОПК-1	знать базовые навыки создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга	Студент демонстрирует полное понимание вопросов и практических заданий. Все требования, предъявляемые к ответу на вопросы и практическому заданию выполнены. Студент демонстрирует значительное понимание вопросов и практических заданий. Все требования, предъявляемые к ответу на вопросы и практическому заданию выполнены. Студент демонстрирует	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

		частичное понимание вопросов и выполнение практических заданий. Большинство требований, предъявляемых к ответу на вопросы и к практическому заданию выполнены.		
	уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь	Студент демонстрирует полное понимание вопросов и практических заданий. Все требования, предъявляемые к ответу на вопросы и практическому заданию выполнены. Студент демонстрирует значительное понимание вопросов и практических заданий. Все требования, предъявляемые к ответу на вопросы и практическому заданию выполнены. Студент демонстрирует частичное понимание вопросов и выполнение практических заданий. Большинство требований, предъявляемых к ответу на вопросы и к практическому заданию выполнены.	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией	Студент демонстрирует полное понимание вопросов и практических заданий. Все требования, предъявляемые к ответу на вопросы и практическому заданию выполнены. Студент демонстрирует значительное понимание вопросов и практических заданий. Все требования, предъявляемые к ответу на вопросы и практическому заданию выполнены. Студент демонстрирует частичное понимание вопросов и выполнение практических заданий. Большинство требований, предъявляемых к ответу на вопросы и к практическому заданию выполнены.	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
ОПК-3	знать профессиональные проблемы, иметь способность отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы	Студент демонстрирует полное понимание вопросов и практических заданий. Все требования, предъявляемые к ответу на вопросы и практическому заданию выполнены. Студент демонстрирует значительное понимание вопросов и практических заданий. Все требования, предъявляемые к ответу на вопросы и практическому заданию выполнены. Студент демонстрирует частичное понимание вопросов и выполнение практических заданий. Большинство требований,	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

		предъявляемых к ответу на вопросы и к практическому заданию выполнены.		
уметь использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы	Студент демонстрирует полное понимание вопросов и практических заданий. Все требования, предъявляемые к ответу на вопросы и практическому заданию выполнены. Студент демонстрирует значительное понимание вопросов и практических заданий. Все требования, предъявляемые к ответу на вопросы и практическому заданию выполнены. Студент демонстрирует частичное понимание вопросов и выполнение практических заданий. Большинство требований, предъявляемых к ответу на вопросы и к практическому заданию выполнены.	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	
владеть знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах	Студент демонстрирует полное понимание вопросов и практических заданий. Все требования, предъявляемые к ответу на вопросы и практическому заданию выполнены. Студент демонстрирует значительное понимание вопросов и практических заданий. Все требования, предъявляемые к ответу на вопросы и практическому заданию выполнены. Студент демонстрирует частичное понимание вопросов и выполнение практических заданий. Большинство требований, предъявляемых к ответу на вопросы и к практическому заданию выполнены.	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	

7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 1, 2, 3, 4 семестре для очной формы обучения, 2, 4, 5 семестре для заочной формы обучения по четырехбалльной системе:

«отлично»;

«хорошо»;

«удовлетворительно»;

«неудовлетворительно».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
ОПК-1	знать базовые навыки создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов

	рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга					
	уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь	Решение стандартных практически задач	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
	владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
ОПК-3	знать профессиональные проблемы, иметь способность отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	уметь использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы	Решение стандартных практически задач	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
	владеть знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

7.2 Примерный перечень оценочных средств (типичные контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)

7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию

1. Массовая информация – это:

- А Социальная информация, которой на одной из стадий ее жизненного цикла оперирует масса
- Б. Информация, передающаяся с помощью технических средств.
- В. Устная информация.
- Г. Информация, которую производит масса.
2. Наиболее фундаментальный канал массовой информации:
- А. СМИ.
- Б. Система образовательных учреждений. В. Межличностные коммуникации.
- Г. Реклама.
3. Интернет – это прежде всего:
- А. Форма индивидуального коммуникативного общения.
- Б. Сетевые СМИ.
- В. Качественно новая мультимедийная среда.
- Г. Канал развития гражданского общества.
4. Авторитет качественного издания определяется прежде всего:
- А. Тиражом.
- Б. Цитированием в других изданиях.
- В. Рекламой.
- Г. Ценой.
5. Наиболее распространенным методом сбора информации является:
- А. Интервью.
- Б. Наблюдение.
- В. Работа с документами.
- Г. Эксперимент.
6. Письма аудитории редакция использует прежде всего как:
- А. Источник информации.
- Б. Источник общественного мнения.
- В. Канал обратной связи для улучшения своей работы.
- Г. Для выяснения информационных интересов аудитории.
7. Преобладающая форма распространения издания:
- А. Подписка.
- Б. Розничная продажа.
- В. Оптовая продажа.
- Г. Бесплатная рассылка
8. Почему журналистский труд носит комплексный характер?
- А. Соединяет в себе несколько профессий.
- Б. Сочетает несколько видов журналистской деятельности.
- В. В производстве информации участвует много людей.
- Г. Соединяет в себе сбор, производство и распространение информации.
9. Каким образом тип издания оказывает влияние на структуру редакции?
- А Увеличивает количество сотрудников в звене управления.
- Б. Заставляет создавать соответствующие типу издания творческие подразделения.
- В. Тип издания на структуру редакции не влияет.
- Г. Расширяет технические службы.

10. В чем состоит нормирования труда в редакции газеты?
- А. В количестве подготовленных материалов.
 - Б. В количестве отработанных дней.
 - В. В количестве опубликованных строк.
 - Г. В совокупности вышеперечисленных факторов.

7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

1. Что общего в работе журналиста и писателя?
- 1) Производственно–творческий характер труда.
 - 2) Оперативность и непрерывность труда.
 - 3) Использование личных наблюдений.
 - 4) Индивидуально–коллективный характер труда.
2. Какие события наиболее часто становятся объектом отражения в репортаже?
- 1) Политические.
 - 2) Экономические.
 - 3) Культурные.
 - 4) Спортивные.
3. Когда чаще всего используется редакционный комментарий?
- 1) Когда редакция не разделяет позицию автора.
 - 2) Когда сотрудники редакции хотят высказать общее мнение.
 - 3) Когда СМИ выступают на актуальную тему.
 - 4) Когда комментируется нестандартная ситуация.
4. В чем отличие работы обозревателя от работы репортера?
- 1) В умении находить яркие факты общественной жизни.
 - 2) В осмыслении системы событий и фактов, связи между явлениями.
 - 3) В оперативном освещении событий.
 - 4) Художественно–образной подаче материала.
5. Какой вид информации не является основным видом журналистской информации?
- 1) новостная
 - 2) событийная
 - 3) интерпретирующая
 - 4) базисная
3. Кто автор модели коммуникации, в которой коммуникационное действие раскрывается по мере ответа на вопросы: кто? сообщает что? по какому каналу? кому? с каким эффектом?
- 1) Аристотель
 - 2) Г. Лассуэлл
 - 3) Дж. Гербнер
 - 4) К. Левин
6. В чем проявляется кредо нового журнализма?
- 1) обличение злоупотреблений должностных лиц
 - 2) точность и объективность
 - 3) субъективизм, включение в публикацию авторского мнения, настроения, элементов художественного вымысла
7. Какая характеристика несвойственна качественной прессе?
- 1) аналитичность

- 2) взвешенность оценок
 - 3) ангажированность
 - 4) спокойный тон публикаций
8. Какая функция несвойственна деловой прессе?
- 1) анализ главных событий в стране и их влияния на деловую жизнь
 - 2) информирование о международных экономических новостях
 - 3) формирование идеологии бизнеса
 - 4) формирование нравственных и религиозных убеждений
9. Первой коммерческой радиостанцией в России стала радиостанция
- 1) «Радио России - Ностальжи»
 - 2) «Европа плюс»
 - 3) «Русское радио»
 - 4) «Русский шансон»
10. Телекомпании, соучредителями которых являются государственные органы власти Российской Федерации и ее субъектов, а также иные юридические лица и граждане, называются
- 1) государственные
 - 2) межгосударственные
 - 3) общественные
 - 4) негосударственные

7.2.3 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

1. Корреспондент, который по заданию редакции выезжает на места важнейших событий для их оперативного освещения, называется
 - 1) собственный корреспондент
 - 2) обозреватель
 - 3) специальный корреспондент
2. Распространяется ли на внештатных корреспондентов профессиональный статус журналиста?
 - 1) да
 - 2) нет
3. Чем отличается журналистский (публицистический) текст от художественного?
 - 1) интертекстуальностью
 - 2) идеологической направленностью
 - 3) наличием подтекста
4. Какой жанр исчез с газетной полосы в постсоветский период?
 - 1) эссе
 - 2) интервью
 - 3) комментарий
 - 4) передовая статья
5. К оперативно-новостным текстам не относится
 - 1) заметка
 - 2) статья
6. К оперативно-исследовательским текстам не относится
 - 1) репортаж
 - 2) интервью
 - 3) эссе
 - 4) отчет

7. К исследовательско-новостным текстам не относится
 - 1) корреспонденция
 - 2) комментарий
 - 3) колонка
 - 4) обозрение
8. К исследовательским текстам не относится
 - 1) статья
 - 2) обозрение
 - 3) фельетон
 - 4) письмо
9. К исследовательско-образным текстам не относится
 - 1) очерк
 - 2) рецензия
 - 3) эссе
 - 4) фельетон
10. Репортаж – жанр публицистики, одним из элементов которого является
 - 1) предельная документальность
 - 2) выявление закономерностей развития текущей действительности на основе анализа конкретной жизненной ситуации

7.2.4 Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

Не предусмотрено учебным планом

7.2.5 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

1. Виды журналистских профессий.
2. Стадии создания журналистского произведения.
3. Тема как элемент творческого процесса.
4. Тема, идея, проблематика журналистского произведения.
5. Выбор темы. Источники тем.
6. Соответствие материала выбранной теме.
7. Социальная значимость и актуальность журналистского произведения
8. Творчество журналиста - структурный и эстетический аспекты.
9. Факт и мнение в журналистском произведении.
10. Методы сбора и получения информации в журналистике. Коммуникативные методы.
11. Интервью. Подготовка к интервью. Проведение интервью.
12. Основные правила интервьюирования.
13. Барьеры общения. Умение их ослабить.
14. Классификация вопросов в интервью.
15. Методы сбора и получения информации в журналистике. Документальные, физические и аналитические методы.
16. Фиксирование информации. Записная книжка журналиста.
17. Журналистская этика. Законы и кодексы журналистики.
18. Принципы журналистской этики.
19. Достоверность журналистского произведения.
20. Типология современных СМИ.
21. Выбор заголовка и его роль в журналистском произведении.
22. Газетно-журнальный текст.
23. Газетно-журнальный текст.
24. Структура журналистского текста. Общие классификационные признаки.
25. Композиционное построение журналистского произведения.
26. Жанры журналистики, их классификация. Межжанровый синтез.
27. Новость как особый вид текста.
28. Информационные жанры журналистики.
29. Репортаж. Виды репортажей.
30. Интервью как жанр.

31. Критерии формулировки вопросов в интервью.
32. Условия успешного проведения дискуссии.
33. Отчёт. Виды отчётов.
34. Аналитические жанры журналистики.
35. Корреспонденция как жанр.
36. Статья. Виды статей.
37. Рецензия и обозрение.
38. Художественные жанры журналистики.
39. Фельетон и памфлет как художественные жанры.
40. Публицистическое эссе.
41. Выпуск номера газеты. Редакционный процесс. Типографский процесс.
42. Определение, сущность корпоративной прессы, ее особенности, место в системе СМИ
43. Каковы особенности и преимущества корпоративного СМИ в качестве средства PR.
44. Существует ли конкуренция в сфере корпоративных СМИ. Если да, какого рода эта конкуренция.
45. Возникновение корпоративной прессы в России и на Западе, основные этапы ее развития.
46. Советские многотиражки: история развития, функции, особенности редакционной политики. Актуален ли опыт советской прессы сегодня.
47. Каковы основные функции корпоративных СМИ.
48. Какие можно выделить виды и типы корпоративных СМИ.
49. Современное состояние и важнейшие тенденции развития корпоративной прессы.
50. Внутрикorporативные СМИ крупных финансово-промышленных объединений, их особенности.
51. Основные этапы создания корпоративного печатного СМИ.
52. «Плюсы» и «минусы» аутсорсинга при создании корпоративных СМИ. «Частичный аутсорсинг».
53. В чем специфика отраслевых (профильных) корпоративных изданий.
54. Особенности изданий градообразующих предприятий.
55. «Бортовые журналы», их особенности, место в системе корпоративных СМИ.
56. Корпоративное издание как рекламоноситель.
57. Специфика работы редактора и журналиста в корпоративном издании
58. Численность, состав и структура редакционного коллектива в корпоративных СМИ.
59. Содержательная модель корпоративного издания.
60. Особенности дизайна корпоративного издания.
61. Активные формы взаимодействия редакции и аудитории. Методы продвижения корпоративного СМИ, организации «обратной связи», изучения аудитории.
62. Каковы основные проблемы российских корпоративных СМИ и возможные пути их решения.
63. Как измерить эффективность деятельности редакции корпоративного СМИ.
64. Журналистика в информационном обществе.
65. История развития Интернета.
66. Интернет как новый канал коммуникации в работе журналиста.
67. Интернет-журналистика в российском медиапространстве.
68. Организация и особенности деятельности сетевого издания.
69. Менеджмент сетевого СМИ.
70. Жанровые особенности интернет журналистики.
71. Правовые основы деятельности Интернет-журналистики.
72. Понятие гипертекста.
73. Психологические особенности веб-коммуникации как сообщения.
74. Сеть как путь к источникам информации.
75. Инструменты поиска в сети.
76. Рабочее место веб-журналиста.
77. Проектирование структуры сайта.
78. Роль социальных сетей и гражданской журналистики.
79. Этические проблемы.
80. Мультимедийное журналистское произведение.
81. Ключевые навыки конвергентного журналиста.

7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

Экзамен проводится по тест-билетам, каждый из которых содержит 10 вопросов. Каждый правильный ответ на вопрос в тесте оценивается 1 баллом. Максимальное количество набранных баллов – 10.

1. Оценка «Неудовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал менее 3 баллов.

2. Оценка «Удовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал от 3 до 5 баллов

3. Оценка «Хорошо» ставится в случае, если студент набрал от 6 до 8 баллов.

Оценка «Отлично» ставится, если студент набрал от 9 до 10 баллов.

7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Личность журналиста в современном мире. Методы сбора информации в журналистике.	ОПК-1, ОПК-3	Тест, защита курсового проекта, защита курсовой работы
2	Структура творческой деятельности. Типология современных СМИ.	ОПК-1, ОПК-3	Тест, защита курсового проекта, защита курсовой работы
3	Структура журналистского текста и принцип перевернутой пирамиды. Понятие жанра в журналистике. Информационные жанры. Аналитические газетно-журнальные жанры. Художественно-публицистические жанры.	ОПК-1, ОПК-3	Тест, защита курсового проекта, защита курсовой работы
4	Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR.	ОПК-1, ОПК-3	Тест, защита курсового проекта, защита курсовой работы
5	Радиовещание и значение звучащего слова в эфире. Жанровое своеобразие радиожанров. Роль российского телевидения в период вхождения в информационное общество.	ОПК-1, ОПК-3	Тест, защита курсового проекта, защита курсовой работы
6	Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Работа конвергентной редакции.	ОПК-1, ОПК-3	Тест, защита курсового проекта, защита курсовой работы

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тестирование осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных тест-заданий на бумажном носителе. Время тестирования 30 мин. Затем осуществляется проверка теста экзаменатором и выставляется оценка согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение стандартных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач

на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение прикладных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Защита курсовой работы, курсового проекта или отчета по всем видам практик осуществляется согласно требованиям, предъявляемым к работе, описанным в методических материалах. Примерное время защиты на одного студента составляет 20 мин.

8 УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Аксенова, О. Н. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец. - Воронеж : Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. - 104 с. - ISBN 978-5-77310503-9. Баранова, Е. В. Социология массовой коммуникации : Учебное пособие / Баранова Е. В. - Минск : Вышэйшая школа, 2012. - 174 с. - ISBN 978-985-06-2072-9.
URL: <http://www.iprbookshop.ru/20279.html>
2. Маркасов, М.Ю. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / М.Ю. Маркасов. - Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. - 199 с.
URL: <http://www.iprbookshop.ru/69562.html>
3. Романов, А. А. Рекламные PR-технологии Масс-медиа : Учебное пособие / Романов А. А. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 184 с. - ISBN 978-5-374-00394-9.
URL: <http://www.iprbookshop.ru/10814.html>
4. Киселёв, А. Г.
Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть : Учебник / Киселёв А. Г. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6.
URL: <http://www.iprbookshop.ru/15475.html>
5. Теория и практика массовой информации [Текст] : методические указания для студентов 1 - 3 курсов, обучающихся по направлению 031600 "Реклама и связи с общественностью" / сост. О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец ; Воронеж. гос. архит.-строит. ун-т. - Воронеж : [б. и.], 2014 (Воронеж : Отдел оперативной полиграфии ВГАСУ, 2014). - 25 с.
6. 78-2020 Организация контактной работы преподавателей и студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф.

связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж: Воронежский государственный технический университет, 2020. - 12 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова_Методические рекомендации по контактной работе.pdf.

7. 77-2020 Выполнение курсовых работ (проектов): методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж: Воронежский государственный технический университет, 2020. - 20 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова. Методические рекомендации по написанию курсовых работ.pdf.
8. 76-2020 Организация самостоятельной работы студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж: Воронежский государственный технический университет, 2020. - 24 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова Метод. рек. по самост. работе студ..pdf.

8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Виртуальная справочная служба (РНБ) - http://vss.nlr.ru/query_form.php

Журнальный зал - <http://magazines.russ.ru/>

Российская национальная библиотека - <http://www.nlr.ru/> Электронная библиотека -

<http://evartist.narod.ru/journ.htm> Электронная библиотека Гумер - <http://www.gumer.info/>

<http://evartist.narod.ru/journ.htm> электронная библиотека, раздел "история журналистики"

<http://www.edu.ru/> - Образовательный портал ВГТУ

Лицензионное программное обеспечение

- Microsoft Office Word 2013/2007

- Microsoft Office Excel 2013/2007

- Microsoft Office Power Point 2013/2007

- Acrobat Professional 11.0 MLP

- ABBYY FineReader 9.0

- «Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»»

- Модуль «Программный комплекс поиска текстовых заимствований в открытых источниках сети интернет «Антиплагиат-интернет»»

- Модуль обеспечения поиска текстовых заимствований по коллекции диссертаций и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ)

- Модуль поиска текстовых заимствований по коллекции научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ

ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Процесс изучения дисциплины обеспечен оборудованными учебными аудиториями, компьютерами, учебной литературой, раздаточными материалами. При освоении дисциплины используются мультимедийные средства, наборы слайдов и т. д.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

По дисциплине «Теория и практика массмедиа» читаются лекции, проводятся практические занятия, выполняется курсовой проект, выполняется курсовая работа.

Основой изучения дисциплины являются лекции, на которых излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не нашедшие отражения в учебной литературе.

Практические занятия направлены на усвоение и закрепление знаний, приобретенных в результате изучения курса. Занятия проводятся путем решения конкретных задач в аудитории.

Методика выполнения курсового проекта изложена в учебно-методическом пособии. Выполнять этапы курсового проекта должны своевременно и в установленные сроки.

Контроль усвоения материала дисциплины производится проверкой курсового проекта, защитой курсового проекта.

Методика выполнения курсовой работы изложена в учебно-методическом пособии. Выполнять этапы курсовой работы должны своевременно и в установленные сроки.

Контроль усвоения материала дисциплины производится проверкой курсовой работы, защитой курсовой работы.

Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.
Практическое занятие	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, выполнение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоению учебного материала и развитию навыков самообразования. Самостоятельная работа предполагает

	<p>следующие составляющие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работа с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, а также проработка конспектов лекций; - выполнение домашних заданий и расчетов; - работа над темами для самостоятельного изучения; - участие в работе студенческих научных конференций, олимпиад; - подготовка к промежуточной аттестации.
<p>Подготовка к промежуточной аттестации</p>	<p>Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц-полтора до промежуточной аттестации. Данные перед зачетом с оценкой, экзаменом, экзаменом, экзаменом, зачетом с оценкой, экзаменом, экзаменом три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.</p>