

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.10.2023 14:41:16
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf706379d98ec1c5bb2f5eb89c29abfed7543985447



Образовательное частное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»

(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

УТВЕРЖДЕНО:

Декан факультета журналистики

_____/Ю.В. Шуйская/

«28» сентября 2023 г

Рабочая программа дисциплины

Система СМИ

Укрупненная группа специальностей 42.00.00

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(уровень бакалавриата)

Направленность/профиль:

«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Рабочая программа учебной дисциплины «Система СМИ». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. Смекалина К. С. – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 29 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Разработчик:

Смекалина К. С.

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук, Грабельников А.А.

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «26» сентября 2023 г., протокол № 1.

Заведующий кафедрой _____ /д.ф.н. Ю.В. Шуйская/
(подпись)

Согласовано от Библиотеки _____ /О.Е. Стёпкина/
(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины – изучить системные закономерности средств массовой информации и механизмов регулирования на их основе структуры, а также процессов дифференциации и интеграции профессиональной деятельности, организации и самоорганизации медиасистемы.

Из цели курса вытекают задачи, реализация которых в ходе изучения дисциплины позволяет достигнуть поставленной цели.

Задачами дисциплины является:

- ✓ получить представление об основных типах российских СМИ, их истории, специфике, теории и современной практике;
- ✓ овладеть приемами и методами классификации и типологического анализа различных СМИ;
- ✓ рассмотреть периодическую печать как системный объект;
- ✓ ознакомить обучающихся с системными особенностями современного теле- и радиовещания;
- ✓ изучить внешние связи печатных СМИ с другими средствами массовой информации, с аудиторией и с различными социальными структурами;
- ✓ выработать представление об особенностях труда в структурных медийных образованиях.

РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Система СМИ» направлен на формирование следующих компетенций, которые позволят усваивать теоретический материал учебной дисциплины и реализовывать практические задачи (таблица 2.1) и достигать планируемые результаты обучения по дисциплине.

Компетентностная карта дисциплины

Таблица 2.1.

Общепрофессиональные компетенции

Категория (группа) компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
общепрофессиональные компетенции			
Общество и государство	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Знает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ИОПК-2.2. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ИОПК-2.3. Владеет навыками разностороннего освещения тенденций развития общественных и государственных институтов.

**РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА**

Дисциплина «Система СМИ» входит в состав обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

**РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ
(ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

Таблица 4.1

**Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы
на очной форме обучения**

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа				
			Лабораторные	Практические/семинарские			
3 семестр							
3	108	16		18		72	2 Зачет
Всего по дисциплине							
3	108	16		18		72	2

Таблица 4.2

**Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы
на заочной форме обучения**

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа				
			Лабораторные	Практические/семинарские			
5 семестр							
3	108	4		6		94	4 Зачет
Всего по дисциплине							
3	108	4		6		94	4

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Перечень разделов (модулей), тем дисциплины и
распределение учебного времени по разделам\темам дисциплины, видам учебных
занятий (в т.ч. контактной работы),
видам текущего контроля**

Таблица 4.3

Распределение учебной нагрузки по разделам дисциплины очная форма обучения

Темы\разделы (модули)	Контактная работа			Часы СР на подго- товку кур.р.	Иная СР	Кон- тро- ль	Всего часов	
	Занятия лекци- онного типа	Занятия се- минарского типа						Кон- такт- ная ра- бота по кур.р.
		Лаб.р	Прак. /сем.					
Модуль «Средства массовой информации как системный объект»								
Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Система СМИ».	2		2			8	12	
Тема 2. Влияние аудиторного фактора на систему СМИ.	2		2			8	12	
Тема 3. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ.	2		2			8	12	
Тема 4. Функции как фактор дифференциации СМИ.	2		2			8	12	
Модуль «Типология средств массовой информации»								
Тема 5. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ.	2		2			8	12	
Тема 6. Газеты и журналы. Телевидение и радиовещание.	2		2			8	12	

Тема 7. Информационные агентства и другие формы информационного обслуживания СМИ.	2		2			8		12
Модуль «Тенденции развития системы СМИ в условиях общественной								
Тема 8. Процессы становления открытого общества и их воздействие на систему СМИ.	1		2			8		11
Тема 9. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ.	1		2			8		11
зачет							2	2
Всего часов	16		18			72	2	108

Таблица 4.4

**Распределение учебной нагрузки по разделам дисциплины
заочная форма обучения**

Темы\разделы(модули)	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.р.	Иная СР	Контроль	Всего часов
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Контактная работа по кур.р.				
				Лаб.р	Прак. /сем.		
Модуль «Средства массовой информации как системный объект»							
Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Система СМИ».	2		2			10	14
Тема 2. Влияние аудиторного фактора на систему СМИ.	0		2			10	12
Тема 3. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ.	0		0			10	10

Тема 4. Функции как фактор дифференциации СМИ.	0		0			10		10
Модуль «Типология средств массовой информации»								
Тема 5. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ.	0		0			10		10
Тема 6. Газеты и журналы. Телевидение и радиовещание.	0		0			10		10
Тема 7. Информационные агентства и другие формы информационного обслуживания СМИ.	0		0			10		10
Модуль «Тенденции развития системы СМИ в условиях общественной								
Тема 8. Процессы становления открытого общества и их воздействие на систему СМИ.	2		2			10		14
Тема 9. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ.	0		0			14		14
зачет							4	4
Всего часов	4		6			94	4	108

Таблица 4.5

Содержание разделов дисциплины

Наименование раздела\темы дисциплины	Содержание раздела дисциплины
Модуль «Средства массовой информации как системный объект»	
Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Система СМИ».	Система СМИ и ее среда. Целостность системы СМИ. Дифференциация и интеграция СМИ и системные факторы, воздействующие на эти процессы. Основные подсистемы в СМИ: техническая, экономическая, редакционная, информационная, аудиторная; их характеристика. Функции и структура системы СМИ и характер их взаимодействия. Организация СМИ как организованность системы и как организационный процесс.
Тема 2. Влияние аудиторного фактора на систему СМИ.	Особенности различных аудиторных групп, их потребностей как фактор формирования системы СМИ. СМИ, адресуемые различным аудиторным группам: общероссийским, межрегиональным, региональным, этническим, отраслевым, профессиональным, конфессиональным, возрастным,

	мужчинам и женщинам и др. Краевые и областные СМИ. Городская, районная и многотиражная пресса. Возрастание роли аудиторного фактора в системе СМИ России.
Тема 3. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ.	Основные типы универсальных по тематике изданий и телерадиопрограмм. Усиление тенденций к универсализации средств массовой информации: позитивные и негативные аспекты. Структура специализированных изданий и телерадиопрограмм. СМИ, освещающие вопросы политики, экономики, культуры, техники и другие темы.
Тема 4. Функции как фактор дифференциации СМИ.	Функциональная и типологическая структура СМИ: характер взаимозависимости. Актуализация функций СМИ и отражение этого процесса в их структуре. Влияние информационных функций на трансформацию структуры СМИ. Аналитические функции и структура СМИ. Аналитические программы телевидения и радиовещания. Качественные газеты в структуре периодики. Аналитические журналы, тенденции их развития. Культурно-просветительские СМИ. Развитие структуры развлекательных СМИ. Организационные функции и их влияние на структуру СМИ.
Модуль «Типология средств массовой информации»	
Тема 5. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ.	Тип издания, телерадиопрограммы как разновидность, модель, характерная для определенной группы СМИ. Типоформирующие факторы СМИ: характер аудитории, характер передаваемой информации, целевое назначение издания, телерадиопрограммы, технологические, экономические, организационные и другие факторы. Эволюция типологической модели СМИ в процессе реформирования общества. Особенности инструментальной модели СМИ и модели СМИ как «четвертой власти». Дифференциация структуры СМИ по характеру аудитории. Предметно-тематическая специализация изданий и программ. Целевое назначение изданий и его влияние на типологическую структуру СМИ. Целевое назначение и концепция СМИ. Периодичность, объем, время выхода и другие типологические признаки изданий. Организационные факторы СМИ. Организационно-правовые факторы (ЗАО, ОАО, ТОО и др.). Организационно-политические факторы (СМИ различных органов власти, партий, движений, общественных организаций). СМИ научных организаций, творческих союзов, обществ, образовательных учреждений. СМИ различных органов управления экономикой (министерств, ведомств, корпораций и др.).
Тема 6. Газеты и журналы. Телевидение и радиовещание.	Газета как тип издания. Еженедельник и ежедневная газета: общее и особенное. Основные тенденции развития современной газетной периодики. Общеполитические и специализированные газеты. Вечерние и утренние газеты. Журнал как тип издания. Типология журнальной периодики и характер развития типологической структуры в современных условиях. Журналы общественно-политические, литературно-художественные, технические, производственные и др. Телевидение как системный объект. Дифференциация телевидения: по способу трансляции (эфирное, спутниковое, кабельное, кассетное); по типу деятельности (программопроизводящее, вещательное); по характеру аудитории (общероссийское, межгосударственное, региональное, местное); по предметно-тематическому признаку (общие и специализированные по тематике программы); по способу финансирования (бюджетное, госкапиталистическое, финансово-промышленными группами, отдельными компаниями, спонсирование и др.); по формам собственности (государственная, государственно-кооперативная, частная, смешанная, принадлежащая зарубежному капиталу). Организация структуры телевидения:

	<p>Международная ассоциация радио и телевидения (МАРТ), Ассоциация спутникового телевидения (АСТ), ТВ-фонд, межрегиональные телеассоциации: Национальная ассоциация телекомпаний (НАТ), Российская ассоциация региональных телекомпаний (РАРТ), Независимая вещательная система (НВС), Сеть телевизионных станций (СТС) и др. Развитие общероссийского и регионального телевидения.</p> <p>Аудитория общероссийских и местных телеканалов. Перспективы развития многопрограммного телевидения. Радиовещание в структуре СМИ. Трансформация системы государственного радиовещания. Развитие системы коммерческих радиостанций. Дифференциация типологической структуры радиопрограмм по характеру аудиторий, функциональным характеристикам и тематической специализации.</p>
<p>Тема 7. Информационные агентства и другие формы информационного обслуживания СМИ.</p>	<p>Информационные агентства в системе СМИ. Типы информационных агентств и специфика их продукции. Система информационных агентств РФ. Информационные агентства ИТАР-ТАСС, Интерфакс, РИА «Вести»; их типологические и профильные характеристики. Специализированные информационные агентства на рынке информации. Региональные агентства и характер их развития.</p> <p>Рекламные агентства, PR-агентства, пресс-службы и пресс-центры в массовом информационном процессе. Мобильные медиа и перспективы их развития. Книгоиздание. Роль книги в структуре современных коммуникаций. Трансформация книгоиздания России в процессе становления рыночных отношений.</p> <p>Влияние низкой платежеспособности населения на характер книгоиздания. Плюрализм форм собственности в современном издательском деле. Развитие различных организационно-правовых форм (ОАО, ЗАО, ТОО и др.). Государственная собственность на крупные полиграфические предприятия и ее влияние на современное книгоиздание. Влияние новых информационных технологий на современный издательский процесс. Проблемы обновления материально-технической базы. Роль электронной книги в книгоиздании. Основные тенденции выпуска книжной продукции по тематическим разделам и целевому назначению.</p>
<p>Модуль «Тенденции развития системы СМИ в условиях общественной трансформации»</p>	
<p>Тема 8. Процессы становления открытого общества и их воздействие на систему СМИ.</p>	<p>Экономическое и политическое реформирование общества и тенденции структурной трансформации СМИ. Формирование гражданского общества и характер их воздействия на структуру СМИ. Развитие современных информационных технологий и перспективы преобразования системы СМИ. Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ Система средств массовой информации в условиях информационного рынка. Особенности дифференциации СМИ по формам собственности. Государственные СМИ.</p> <p>Влияние частной, государственно-капиталистической собственности, собственности финансово-промышленных групп на систему СМИ. Иностраный капитал в российских СМИ. Дифференциация СМИ по характеру инвестиций. Инвестиционные и рекламные СМИ. Влияние платежеспособного спроса аудитории на структуру средств массовой информации (подписка, розница, абонентная плата и др.). Процессы концентрации и монополизации в системе СМИ.</p>
<p>Тема 9. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ.</p>	<p>Состояние и характер развития технологий в процессе перехода к информационному обществу и их влияние на деятельность печати, телевидения, радиовещания, информационных агентств и других СМИ. Характеристика Интернета как новой информационной среды и нового СМИ. Сетевые</p>

ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА для очной формы обучения

Семинарские занятия

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: изучить предложенную литературу и рассмотреть ряд периодических изданий.

Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Система СМИ».

1. Система СМИ и ее среда. Целостность системы СМИ.
2. Дифференциация и интеграция СМИ и системные факторы, воздействующие на эти процессы.

Литература:

Основная

Струкова Е.В. Система СМИ [Электронный ресурс]: практикум / Е.В. Струкова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 98 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63006.html>

Дополнительная

Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / О.В. Александрова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 760 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-0991-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>

Тема 2. Влияние аудиторного фактора на систему СМИ.

1. Особенности различных аудиторных групп, их потребностей как фактор формирования системы СМИ.

Литература:

Основная

Струкова Е.В. Система СМИ [Электронный ресурс]: практикум / Е.В. Струкова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 98 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63006.html>

Дополнительная

Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / О.В. Александрова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 760 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-0991-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>

Тема 3. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ.

1. Основные типы универсальных по тематике изданий и телерадиопрограмм.

Литература:

Основная

С Струкова Е.В. Система СМИ [Электронный ресурс]: практикум / Е.В. Струкова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 98 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63006.html>

Дополнительная

Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / О.В. Александрова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 760 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-0991-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>

Тема 4. Функции как фактор дифференциации СМИ.

1. Функциональная и типологическая структура СМИ: характер взаимозависимости.

Литература:

Основная

Струкова Е.В. Система СМИ [Электронный ресурс]: практикум / Е.В. Струкова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 98 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63006.html>

Дополнительная

Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / О.В. Александрова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 760 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-0991-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>

Тема 5. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ.

1. Типоформирующие факторы СМИ.

Литература:

Основная

Струкова Е.В. Система СМИ [Электронный ресурс]: практикум / Е.В. Струкова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 98 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63006.html>

Дополнительная

Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / О.В. Александрова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 760 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-0991-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>

Тема 6. Газеты и журналы. Телевидение и радиовещание.

1. Газета как тип издания.

2. Телевидение как системный объект.

3. Трансформация системы государственного радиовещания.

Литература:

Основная

Струкова Е.В. Система СМИ [Электронный ресурс]: практикум / Е.В. Струкова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 98 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63006.html>

Дополнительная

Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / О.В. Александрова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект,

Альма Матер, 2015. — 760 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-0991-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>

Тема 7. Информационные агентства и другие формы информационного обслуживания СМИ.

1. Информационные агентства в системе СМИ.

Литература:

Основная

Струкова Е.В. Система СМИ [Электронный ресурс]: практикум / Е.В. Струкова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 98 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63006.html>

Дополнительная

Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / О.В. Александрова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 760 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-0991-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>

Тема 8. Процессы становления открытого общества и их воздействие на систему СМИ.

1. Экономическое и политическое реформирование общества и тенденции структурной трансформации СМИ.
2. Влияние частной, государственно-капиталистической собственности, собственности финансово-промышленных групп на систему СМИ.

Литература:

Основная

Струкова Е.В. Система СМИ [Электронный ресурс]: практикум / Е.В. Струкова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 98 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63006.html>

Дополнительная

Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / О.В. Александрова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 760 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-0991-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>

для заочной формы обучения

Семинарские занятия

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: изучить предложенную литературу и рассмотреть ряд периодических изданий.

Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Система СМИ».

3. Система СМИ и ее среда. Целостность системы СМИ.
4. Дифференциация и интеграция СМИ и системные факторы, воздействующие на эти процессы.

Литература:

Основная

Струкова Е.В. Система СМИ [Электронный ресурс]: практикум / Е.В. Струкова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 98 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63006.html>
Дополнительная

Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / О.В. Александрова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 760 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-0991-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>

Тема 2. Влияние аудиторного фактора на систему СМИ.

2. Особенности различных аудиторных групп, их потребностей как фактор формирования системы СМИ.

Литература:

Основная

Струкова Е.В. Система СМИ [Электронный ресурс]: практикум / Е.В. Струкова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 98 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63006.html>

Дополнительная

Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / О.В. Александрова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 760 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-0991-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>

РАЗДЕЛ 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО в целях реализации компетентностного подхода в учебном процессе дисциплины «Система СМИ» предусматривается широкое использование активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой. Обсуждение проблем, выносимых на семинарские занятия, происходит не столько в традиционной форме контроля текущих знаний, сколько в форме дискуссий, сориентированных на творческое осмысление обучающимися наиболее сложных вопросов в ходе обобщения ими современной практики мирового и российского медиапространства.

Интерактивные образовательные технологии, используемые на аудиторных практических занятиях

Таблица 5.1

Очная форма обучения

Наименование разделов, тем	Используемые образовательные технологии	Часы
Модуль «Средства массовой информации как системный объект»	Интерактивная лекция	10
Модуль «Типология средств массовой информации»	Самостоятельная работа	10
Модуль «Тенденции развития системы СМИ в условиях общественной трансформации»	Тематическая дискуссия	10

Таблица 5.2

Заочная форма обучения

Наименование разделов, тем	Используемые образовательные технологии	Часы
Модуль «Средства массовой информации как системный объект»	Интерактивная лекция	2
Модуль «Типология средств массовой информации»	Самостоятельная работа	2
Модуль «Тенденции развития системы СМИ в условиях общественной трансформации»	Тематическая дискуссия	2

Практикум

Кейс 1. Охарактеризуйте СМИ, адресуемые различным аудиторным группам. Назовите формы эффективной информационной политики СМИ в отношении целевых групп аудитории.

Выберите по желанию одно печатное издание, телекомпанию и радиостанцию. Ответьте на вопросы: на какую аудиторию они рассчитаны? какова их реальная аудитория? как можно привлечь потенциальную аудиторию? Представьте, что вы собираетесь учредить собственное СМИ (любой направленности). Какова будет его аудитория? Каким образом вы будете привлекать читателей (слушателей, зрителей) к своему проекту? Подготовьте презентацию своего проекта.

Кейс 2. Сопоставьте три издания (например, молодежной или деловой прессы) – газету, журнал, еженедельник. В чем особенности типологической модели каждого из них? Определите задачи качественной и массовой печати. Определите, как различаются по задачам газета и еженедельник.

Кейс 3. Каково основное требование к СМИ как целостному образованию? Охарактеризуйте систему СМИ. Составьте графическую схему системы рекламы и связей с общественностью и дайте формулировки ее элементам. Составьте схему модели систем рекламы и связей с общественностью, предложенных российскими учеными (по выбору).

РАЗДЕЛ 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наряду с чтением лекций и проведением семинарских занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы обучающегося. Формы самостоятельной работы обучающихся могут быть разнообразными. Самостоятельная работа обучающихся включает: изучение текстов, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем.

Самостоятельная работа

Таблица 6.1

Наименование разделов, тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
Модуль «Средства массовой информации как системный объект»	
Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Система СМИ».	1. Системный подход в изучении журналистики. Моделирование как метод познания систем. 2. Почему СМИ называют системным образованием? 3. Каково основное требование к СМИ как целостному образованию? 4. Охарактеризуйте систему СМИ. Задания для самостоятельной работы:

Наименование разделов, тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
	<p>1. Составьте графическую схему системы рекламы и ПР и дайте формулировки ее элементам.</p> <p>2. Составьте схему модели систем ПР, предложенных российскими учеными – Е.П. Прохоровым, Э.Г. Багировым, другими исследователями (по выбору).</p>
Тема 2. Влияние аудиторного фактора на систему СМИ.	<p>1. Что такое аудитория СМИ?</p> <p>2. В чем заключается значение аудиторного фактора для формирования системы СМИ?</p> <p>3. Охарактеризуйте СМИ, адресуемые различным аудиторным группам.</p> <p>4. Назовите формы эффективной информационной политики СМИ в отношении целевых групп аудитории.</p> <p>Задание для самостоятельной работы:</p> <p>1. Выберите по желанию одно печатное издание, телекомпанию и радиостанцию. Ответьте на вопросы: на какую аудиторию они рассчитаны? какова их реальная аудитория? как можно привлечь потенциальную аудиторию?</p> <p>2. Представьте, что вы собираетесь учредить собственное СМИ (любой направленности). Какова будет его аудитория? Каким образом вы будете привлекать читателей (слушателей, зрителей) к своему проекту? Подготовьте презентацию своего проекта.</p>
Тема 3. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ.	<p>1. Основные типы универсальных по тематике изданий и телерадиопрограмм.</p> <p>2. Усиление тенденций к универсализации средств массовой информации: позитивные и негативные аспекты.</p> <p>3. Структура специализированных изданий и телерадиопрограмм. СМИ, освещающие вопросы политики, экономики, культуры, религии, науки, техники и другие темы.</p> <p>Задания для самостоятельной работы:</p> <p>1. Предложите свою модель издания предметно-тематической специализации, укажите типоформирующие, вторичные и формальные признаки издания, предполагаемую целевую аудиторию.</p> <p>2. Приведите примеры тематических и аудиторно ориентированных изданий специализированной прессы.</p> <p>3. Охарактеризуйте современную модель одного из общенациональных изданий.</p>
Тема 4. Функции как фактор дифференциации СМИ.	<p>1. Охарактеризуйте понятие «функции» и систему функций ПР</p> <p>2. Функции ПР и общественное мнение.</p> <p>3. Кто осуществляет функции организации и регулирования СМИ?</p> <p>Задания для самостоятельной работы:</p> <p>1. На основе лекции, рекомендованной литературы и по материалам СМИ подготовьте аналитическое сообщение на тему «Актуализация функций СМИ и отражение этого процесса в их структуре».</p> <p>2. Опишите функциональные особенности современного политического процесса и возможные роли СМИ: СМИ-посредник; СМИ – партнер власти; СМИ – общественный контролер.</p>
Модуль «Типология средств массовой информации»	
Тема 5. Типология как метод сравнительного	<p>1. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ. Тип издания, телерадиопрограммы как модель, характерная для определенной группы СМИ. Типоформирующие факторы СМИ.</p> <p>2. Эволюция типологической модели СМИ в процессе реформирования общества.</p>

Наименование разделов, тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
изучения существенных признаков СМИ.	<p>3. Газета как тип издания. Еженедельник и ежедневная газета: общее и особенное. Основные тенденции развития современной газетной периодики.</p> <p>4. Журнал как тип издания. Типология журнальной периодики. Основные тенденции развития современной газетной периодики.</p> <p>Задания для самостоятельной работы:</p> <p>1. Сопоставьте три издания (например, молодежной или деловой прессы) – газету, журнал, еженедельник. В чем особенности типологической модели каждого из них?</p> <p>2. Определите задачи качественной и массовой печати.</p> <p>3. Определите, как различаются по задачам газета и еженедельник.</p>
Тема 6. Газеты и журналы. Телевидение и радиовещание.	<p>1. Телевидение как системный объект. Дифференциация телевидения. Организация структуры телевидения. Перспективы развития многопрограммного телевидения.</p> <p>2. Радиовещание в структуре СМИ. Трансформация системы государственного радиовещания. Дифференциация типологической структуры радиопрограмм.</p> <p>3. Информационные агентства в системе СМИ. Типы информационных агентств и специфика их продукции.</p> <p>4. Рекламные агентства, PR-агентства, пресс-службы и пресс-центры в массовом информационном процессе.</p> <p>5. Книгоиздание. Трансформация книгоиздания России в процессе становления рыночных отношений. Основные тенденции выпуска книжной продукции по тематическим разделам и целевому назначению.</p> <p>Задание для самостоятельной работы. Подготовьте аналитическое сообщение по теме (по выбору обучающегося):</p> <p>а. Природа, противоречия, перспективы развития телевидения как средства массовой информации.</p> <p>б. Радиовещание в России: современное состояние и тенденции развития.</p> <p>в. Мобильные медиа и перспективы их развития.</p>
Тема 7. Информационные агентства и другие формы информационного обслуживания СМИ.	<p>1. Процессы становления открытого общества и их воздействие на систему СМИ. Формирование институтов гражданского общества и характер их воздействия на структуру СМИ.</p> <p>2. Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ.</p> <p>3. Составление совместного заключения «Перспективы развития российской медиасистемы во втором десятилетии XXI века».</p> <p>Задания для самостоятельной работы:</p> <p>1. На основе лекции, рекомендованной литературы и по материалам СМИ подготовьте аналитическое сообщение на темы (по выбору обучающегося):</p> <p>а. Глобальные проблемы современности в проблематике СМИ;</p> <p>б. Влияние СМИ на политический выбор молодежи.</p> <p>2. Проанализируйте «Доктрину информационной безопасности Российской Федерации» и объясните, в чем заключаются основные задачи государственной информационной политики? Какова роль СМИ в реализации обозначенных целей и задач?</p> <p>3. Опишите свою модель современного информационного общества. Каковы его природа, противоречия, перспективы развития?</p>
Модуль «Тенденции развития системы СМИ в условиях общественной трансформации»	

Наименование разделов, тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
Тема 8. Процессы становления открытого общества и их воздействие на систему СМИ..	1. Характеристика Интернета как новой информационной среды. 2. Законодательство РФ и особенности функционирования интернет-СМИ. 3. Тенденции развития интернет-СМИ и информационной среды Интернет в условиях глобализации.

6.1. Темы эссе¹

1. Что такое типология СМИ?
2. Назовите основные типобразующие факторы СМИ.
3. Какие типы информационных агентств вы знаете?
4. Какие страны мира входят в ведущую тройку по числу подключений Интернета на 1000 жителей?
5. Можно ли классифицировать информационные агентства по их экономическим особенностям?
6. Какие коммуникации осуществляются в сфере духовной деятельности?
7. Почему значительная часть изданий России печатается за рубежом?
8. Назовите ведущие страны мира по количеству телевизоров на 1000 жителей.
9. Что такое издательский дом?

6.2. Примерные задания для самостоятельной работы

1. Каково основное требование к СМИ как целостному образованию?
2. Почему СМИ называют системным образованием?
3. Охарактеризуйте систему СМИ.
4. Достаточно ли оптимальна структура СМИ в переходный период?
5. Кто осуществляет функции организации и регулирования СМИ?
6. Что такое «организация СМИ»?
7. Как влияет аудиторный фактор на современные российские СМИ?
8. Как влияет функциональный фактор на современные СМИ?
9. Влияет ли рекламный фактор на преобразования в СМИ?
10. Как влияет техническая сфера СМИ на их трансформацию в современных условиях?
11. Что такое тип СМИ?
12. В чем специфика информационного агентства?
13. На чем основывается дифференциация СМИ по характеру аудитории?
14. Что такое типология СМИ?
15. Назовите основные типобразующие факторы СМИ.
16. Какие типы информационных агентств вы знаете?
17. Какие страны мира входят в ведущую тройку по числу подключений Интернета на 1000 жителей?
18. Можно ли классифицировать информационные агентства по их экономическим особенностям?
19. Какие коммуникации осуществляются в сфере духовной деятельности?
20. Почему значительная часть изданий России печатается за рубежом?
21. Назовите ведущие страны мира по количеству телевизоров на 1000 жителей.
22. Что такое издательский дом?
23. С какими СМИ массовая аудитория в настоящее время мало взаимодействует?
24. Какая дифференциация по характеру информации происходит в СМИ?

¹Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

**РАЗДЕЛ 7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ
(ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

7.1В процессе освоения учебной дисциплины «Система СМИ» для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице 7.1.

Таблица 7.1

**ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С
ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП В СООТНОШЕНИИ С ОЦЕНОЧНЫМИ
СРЕДСТВАМИ**

Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенции	Содержание учебного материала	Примеры контрольных вопросов и заданий для оценки знаний, умений, владений	Методы\ средства контроля
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах			
2 ИОПК-2.1. Знает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Система СМИ» Тема 2. Влияние аудиторного фактора на систему СМИ.	Почему СМИ называют системным образованием? Каково основное требование к СМИ как целостному образованию?	Вопросы для подготовки к зачету (1-5)
ИОПК-2.2. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Тема 3. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ. Тема 4. Функции как фактор дифференциации СМИ. Тема 5. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ.	Охарактеризуйте систему СМИ. Что такое аудитория СМИ? В чем заключается значение аудиторного фактора для формирования системы СМИ?	Вопросы для подготовки к зачету (6-11)
ИОПК-2.3. Владеет навыками разностороннего освещения тенденций развития общественных и государственных институтов.	Тема 6. Газеты и журналы. Телевидение и радио Тема 7. Информационные агентства и другие формы информационного обслуживания СМИ. Тема 8 Процессы становления открытого общества и их воздействие на систему СМИ	Охарактеризуйте СМИ, адресуемые различным аудиторным группам. Назовите формы эффективной информационной политики СМИ в отношении целевых групп аудитории. Выберите по желанию одно печатное	Тестирование (задания 1 – 11) Написание эссе (темы 1 - 9) Выполнение практических заданий (3 -5)

	<p>Тема 9. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ</p>	<p>издание, телекомпанию и радиостанцию. Назовите основные типы универсальных по тематике изданий и телерадиопрограмм. Расскажите об усилении тенденций к универсализации средств массовой информации: позитивные и негативные аспекты. Из чего состоит структура специализированных изданий и телерадиопрограмм? СМИ, освещающие вопросы политики, экономики, культуры, религии, науки, техники и другие темы.</p>	<p>Задание для самостоятельной работы №1.</p>
--	--	--	---

7.2. Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации зачету

1. Средства массовой информации как системный объект.
2. Целостность системы СМИ как единый интегральный результат ее функционирования.
3. Основные компоненты системы СМИ и характер их взаимодействия с ее средой.
4. Системные факторы трансформации СМИ.
5. Влияние аудиторного фактора на систему СМИ.
6. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ.
7. Актуализация функций как фактор трансформации СМИ.
8. Редакционные факторы формирования и функционирования системы СМИ.
9. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ.
10. Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ.
11. Организация системы СМИ.
12. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ.
13. Общероссийские и межрегиональные СМИ в переходный период.
14. Пресса этнических общностей.
15. Краевые и областные СМИ.
16. Городская, районная и многотиражная пресса.
17. Деловая пресса в структуре СМИ. Печать отраслевых и профессиональных групп.
18. Типологические особенности изданий, телерадиопрограмм для женщин.
19. Типологические особенности изданий, телерадиопрограмм для мужчин.
20. Издания, телерадиопрограммы для родителей и для семьи.
21. Молодежная пресса: характер трансформации в условиях реформирования общества.
22. Детские издания и телерадиопрограммы.
23. Религиозные издания, телерадиопрограммы на современном этапе.
24. Политическая журналистика в структуре СМИ.
25. Художественные издания и телерадиопрограммы в структуре СМИ.
26. Процессы концентрации и монополизации в системе СМИ.
27. Рекламные СМИ в условиях становления рынка.
28. Информационные издания и телерадиопрограммы в типологической структуре СМИ.
29. Аналитические издания и телерадиопрограммы в типологической структуре СМИ.

30. Развлекательные СМИ: тенденции развития.
31. Печать как средство массовой информации.
32. Телевидение как средство массовой информации.
33. Радиовещание как средство массовой информации.
34. Интернет как информационная среда и как средство массовой информации.
35. Информационные агентства в системе СМИ.
36. PR и СМИ: характер взаимодействия.
37. Целевое назначение изданий и его влияние на типологическую структуру СМИ.
38. Организационные факторы и их влияние на типологическую структуру СМИ.
39. СМИ различных органов власти, партий, движений, общественных организаций.
40. СМИ научных организаций, творческих союзов, обществ, образовательных учреждений.
41. СМИ различных органов управления экономикой (министерств, ведомств, корпораций и др.).
42. Газета и еженедельник как типы издания. Основные тенденции развития современной газетной периодики.
43. Журнал как тип издания. Типология журнальной периодики и характер развития типологической структуры в современных условиях.
44. Глобальный характер развития информационного общества и медиасистема РФ.

7.3. Примерные тестовые задания для контроля (мониторинга) качества усвоения материала в т.ч. в рамках рубежного контроля знаний²

1. Экономика СМИ - это:

- 1) наука о выпуске печатных СМИ;
- 2) наука о рекламной деятельности электронных СМИ;
- 3) наука, изучающая финансово-хозяйственную деятельность редакции СМИ.

2. По типу финансово-хозяйственной деятельности редакции СМИ бывают:

- 1) хозрасчётно-бюджетные;
- 2) специализированные;
- 3) общественно-политические;
- 4) региональные.

3. Редакция печатного СМИ как юридическое лицо обязана:

- 1) иметь свидетельство о регистрации;
- 2) иметь тираж свыше 1000 экземпляров;
- 3) иметь в составе соучредителей только юридических, а не физических лиц.

4. Редакция СМИ:

- 1) обязательно входит в состав соучредителей СМИ;
- 2) не входит в состав соучредителей СМИ;
- 3) может входить, а может не входить в состав соучредителей СМИ.

5. Менеджер в редакции СМИ:

- 1) осуществляет руководство творческой деятельностью коллектива;
- 2) занимается реализацией продукции СМИ;
- 3) занимается поиском путей повышения рентабельности СМИ.

6. Редакция газеты как юридическое лицо регистрируется:

- 1) в Министерстве информатизации и связи РФ;
- 2) в Министерстве юстиции;

² Рубежный контроль проводится для обучающихся на очной форме обучения и оценивается «зачтено»\ «не зачтено»

- 3) в Главном управлении Федеральной регистрационной службы по РТ;
- 4) в Республиканском агентстве по печати и массовым коммуникациям «Татмедиа»;
- 5) в Управлении Роскомнадзора по РТ.

7. Учредитель СМИ— это:

- 1) физическое или юридическое лицо, исполняющее определённые, отражённые в Учредительном договоре обязанности по отношению к какому-либо СМИ;
- 2) учреждение, спонсирующее СМИ;
- 3) управляющий в редакции СМИ.

8. Учредитель:

- 1) имеет право уволить сотрудника редакции СМИ;
- 2) не имеет права уволить сотрудника

9. Один из эффективных способов выживания СМИ в современных условиях:

- 1) создание концернов и синдикатов;
- 2) переход на самоокупаемость;
- 3) сокращение штата сотрудников.

10. К коллективным формам управления СМИ как предприятия не относится:

- 1) общество с ограниченной ответственностью;
- 2) унитарное предприятие;
- 3) концерн;
- 4) издательский дом.

11. Концентрация средств массовой информации выражается в создании:

- 1) акционерных обществ;
- 2) издательских домов;
- 3) холдингов;
- 4) унитарных предприятий.

12. Формы и методы проникновения иностранного капитала на российский информационный рынок:

- 1) учредительство СМИ;
- 2) использование в качестве учредителя подставное лицо, имеющее российское гражданство;
- 3) выпуск совместного российско-зарубежного издания;
- 4) покупка контрольного пакета акций телерадиокомпаний.

13. Какая ситуация, реально возникающая в рыночном сегменте между периодическими изданиями, наиболее оптимальна:

- 1) олигополия;
- 2) состояние длительной конкурентной борьбы;
- 3) монополия;
- 4) отсутствие конкуренции.

14. Принцип маркетинга:

- 1) сегментация;
- 2) реализация;

- 3) актуальность;
- 4) редактирование;
- 5) доступность;
- 6) модернизация;
- 7) монополизация.

15. Цели редакционно-издательского маркетинга:

- 1) удовлетворение информационных потребностей аудитории издания;
- 2) реализация рыночных законов – стоимости и соответствия спроса и предложения;
- 3) обеспечение устойчивости в конкурентной борьбе
- 4) повышение рентабельности СМИ.

16. Концепция 4P в информационном бизнесе это совокупность следующих факторов:

- 1) product (товар), price (цена), partner (партнер), plan (проект);
- 2) product (товар) payment (платеж), perseverance (упорство), precision (точность), power (власть);
- 3) product (товар), price (цена), place (место), promotion (продвижение);
- 4) product (товар), partner (партнер), plan (проект), promotion (продвижение).

17. Комплекс маркетинговых коммуникаций в информационном бизнесе включает следующие направления маркетинговой деятельности:

- 1) рекламу, сейлзпромоушн, ПР, личные продажи;
- 2) рекламу, директ-маркетинг, выставки-продажи, призы, купоны, аукционы;
- 3) рекламу, ПР, торговые презентации, сетевой маркетинг, комиссионные вознаграждения,
- 4) рекламу, построение дилерских сетей, сейлзпромоушн, аукционы.

18. Какие маркетинговые прогнозы использует редакция:

- 1) перспективный и сезонный,
- 2) общий и частный,
- 3) частный и сезонный,
- 4) перспективный и выпуск пилотного номера.

19. Что является основным элементом финансовой базы редакции:

- 1) стартовый капитал,
- 2) уставной фонд,
- 3) основные и оборотные фонды,
- 4) резервный капитал.

20. Основные источники дохода газеты:

- 1) публикация рекламы, реализация тиража,
- 2) спонсирование со стороны инвесторов, дотации,
- 3) издательская коммерческая (внегазетная) деятельность,
- 4) сдача в аренду газетных полос, публикация ПР-материалов.

21. Издательские расходы:

- 1) зарплата журналистам, аренда помещений, оплата типографских услуг;
- 2) аренда помещений редакции, отчисления учредителю, бюджет маркетинга;
- 3) расходы на бумагу, оплата типографских услуг, расходы на распространение, гонорар;

4) погашение банковской ссуды, отчисления в фонды развития СМИ, социального развития, материального поощрения.

22. Структура кадрового менеджмента:

- 1) управление структурой СМИ, управление кадровой политикой, управление персоналом;
- 2) поиск, отбор и найм кадров;
- 3) руководство редакционным коллективом, его информирование и оценка работы;
- 4) предоставление сотрудникам пространства для роста, установление системы поощрений и наказаний.

23. Структура финансового менеджмента:

- 1) планирование бюджета СМИ, установление контроля за его выполнением;
- 2) управление финансовой политикой редакции, управление финансовыми потоками;
- 3) управление прибылью, управление ценовой политикой;
- 4) тиражная, ценовая, рекламная политика.

24. Структура информационного менеджмента:

- 1) управление информационными потоками,
- 2) управление ассортиментом и качеством публикуемых материалов;
- 3) редакционное планирование, активизация обратной связи с аудиторией;
- 4) систематический анализ содержания и дизайна издания, работа над его улучшением.

7.4. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования; шкалы и процедуры оценивания

7.4.1. Вопросы и заданий для текущей и промежуточной аттестации

При оценке знаний будет учитываться уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.1.1

Шкала оценивания на зачете

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины;

	<ul style="list-style-type: none"> - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу
--	--

Таблица 7.4.1.2

Шкала оценивания на рубежном контроле

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу

7.4.2. Письменной работы (эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления.
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.2.1

Шкала оценивания эссе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины;

	<ul style="list-style-type: none"> - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.
--	---

7.4.3. Тестирование

Таблица 7.4.3

Шкала оценивания тестирования

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

7.5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки — это умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимся практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д. При этом обучающийся поставлен в условия, когда он вынужден самостоятельно (творчески) искать пути и средства для разрешения поставленных задач, самостоятельно планировать свою работу и анализировать ее результаты, принимать определенные решения в рамках своих полномочий, самостоятельно выбирать аргументацию и нести ответственность за проделанную работу, т.е. проявить владение навыками. Взаимодействие с преподавателем осуществляется периодически по завершению определенных этапов работы и проходит в виде консультаций. При оценке владения навыками преподавателем оценивается не только правильность решения выполненного задания, но и способность (готовность) обучающегося решать подобные практико-ориентированные задания самостоятельно (в перспективе за стенами вуза) и, главным образом, обучающегося обосновывать и аргументировать свои решения и предложения.

Устный опрос — это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными

знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; один или несколько правильных ответов.

Семинарские занятия - основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

РАЗДЕЛ 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме. Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники международного права, авторитетные точки зрениями и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

8.2. Методические рекомендации по использованию кейсов

Кейс-метод (Casestudy) – метод анализа реальной международной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

8.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного

продукта (анализ проектов международных документов, критика, разработка схем и др.);

- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешнеполитической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т. п.);

- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например формулирование целей миссии, и т. п.).

РАЗДЕЛ 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература*³

Струкова Е.В. Система СМИ [Электронный ресурс]: практикум / Е.В. Струкова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 98 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63006.html>

*Дополнительная литература*⁴

Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / О.В. Александрова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 760 с.— ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-0991-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС IPRsmart <http://www.iprbookshop.ru>

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа:

<http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. – Б.г. – Доступ к данным: Открытый. – Режим доступа: <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus: бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа:

<http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа: <http://www.iqlib.ru/>

Комплект лицензионного программного обеспечения

³ Из ЭБС университета

⁴ Из ЭБС университета

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

Свободно распространяемое программное обеспечение

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

Программное обеспечение отечественного производства:

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

**РАЗДЕЛ 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

Учебная аудитория для проведения занятий для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект специальной учебной мебели Компьютер Видеопроектор Маркерная доска Наборы демонстрационного оборудования Учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации
Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации Принтер Комплект специальной учебной мебели