Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.10.2026 16:05:58
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447

Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ И, ТЕЛЕВИДЕНИЯ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

УТВЕРЖДАЮ
Директор Международного
института журналистики и,
телевидения и медиакоммуникаций
_____ Ю.В. Шуйская
«17» декабря 2025г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине:
История зарубежной журналистики и рекламы

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриат)

Направление\профиль:
«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Фонд оценочных средств для дисциплины «История зарубежной журналистики и рекламы». Направление подготовки/специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «PR технологии и цифровые коммуникации» / К.Ф. Герейханова – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова

Фонд оценочных средств является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины.

Разработчик: К.Ф. Герейханова

Заведующий кафедрой: _____ / Ю. В. Шуйская

1. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Настоящий Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «История зарубежной журналистики и рекламы» является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины (РПД) «История зарубежной журналистики и рекламы». На данный ФОС распространяются все реквизиты утверждения, представленные в РПД по данной дисциплине.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Для определения качества освоения обучающимися учебного материала по дисциплине используются следующие оценочные средства:

№ п/п	Оценочное средство	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Тестирование	Вид контроля, позволяющий оценить изученный теоретический материал.	Вопросы для проведения тестирования
2	Практические задания	Вид контроля, позволяющий оценить умение обучающегося применять осваиваемую компетенцию в практических ситуациях и при решении производственных задач	Задания к практическому занятию
3	Контрольная работа	Вид контроля, позволяющий определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций	Задания контрольной работы
4	Самостоятельная работа	Вид контроля, позволяющий оценить проработку теоретического материала, изучение рекомендуемой литературы, выполнение практико-ориентированных заданий (заполнение таблиц, проведение сравнительного анализа, составление схем и др.), решение практических задач, создание презентаций, написание рефератов, подборку нормативного и иного материала и выполнение других заданий	Задания самостоятельной работы
5	Курсовая работа	Вид контроля, позволяющий выявить степень владения базовыми знаниями, умениями и навыками, необходимыми для обучения, и определить уровень владения новым материалом	Индивидуальные задания (темы) для курсовой работы

6	Зачет/Зачет с оценкой/Экзамен	Вид контроля, позволяющий выявить степень овладения знаниями, умениями и навыками, необходимыми для дальнейшего освоения образовательной программы подготовки	Вопросы для подготовки к зачету/зачету с оценкой/экзамену

3. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Сопроводительная информация.

Разработчик	Герейханова К.Ф.
Кафедра	Гуманитарных и специальных дисциплин
Наименование дисциплины	История зарубежной журналистики и рекламы
Факультет / институт	Международный институт журналистики, телевидения и медиакоммуникаций
Направление подготовки / специальность	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Количество вопросов в оценочных заданиях (диапазон)	30
Общее время тестирования (мин)	90
Общее количество вопросов/заданий в ФОС	От 30 до 60
Размещенность на веб-сайте Университета примерного перечня вопросов, заданий ФОС – для подготовки обучающихся к прохождению оценки (да / нет)	Да

3.2. Характеристика оцениваемых компетенций.

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция **ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными социальными группами по вопросам культурных особенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

4. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

4.1. ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ.

Тесты содержат набор вопросов, в полном объеме охватывающие изученный теоретический материал по указанной теме (индикаторы ЗНАТЬ). Выполнение тестов позволяет определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций. Индивидуальный тестовый сеанс для каждого обучающегося формируется по специальному алгоритму, обеспечивающему заданную тематическую структуру и пропорциональное наличие вопросов разного типа и сложности.

При формировании тестов необходимо использовать задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
Пражурналистские явления древности и формы массовой коммуникации в античности	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция	1. Прочитайте определения различных форм коммуникации в Древнем Риме. Установите соответствие между названием формы и ее описанием. Название формы: А. Acta Diurna Populi Romani Б. Libelli В. Реляции полководцев Г. Выступления ораторов на Форуме Описание: 1) Официальные отчеты военачальников сенату о победах и ходе военных действий, которые зачитывались публично и могли оказывать сильное пропагандистское воздействие. 2) Устные публичные речи, направленные на информирование и убеждение граждан по политическим и судебным вопросам, прямой контакт с аудиторией. 3) Рукописные листки, часто анонимные, содержавшие критику власти, стихи или сплетни, которые распространялись в городе и являлись прообразом памфлета. 4) Ежедневные сводки важнейших событий (решения сената, судебные процессы, рождения, смерти), вывешивавшиеся на форуме для всеобщего обозрения.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=4, Б=3, В=1, Г=2. 2. Какие из перечисленных явлений Древней Греции можно считать прямыми предшественниками современных форм массовой информации? Выберите несколько верных ответов. 1) Театральные представления (трагедии и комедии). 2) Оракулы и предсказания жрецов в храмах. 3) Выступления ораторов в Народном собрании (экклесии) и на агоре. 4) Олимпийские игры и другие общегреческие праздники (Панафинеи). 5) Труды историков (Геродота, Фукидида). КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 3, 4. 3. Какое из перечисленных явлений античности наиболее наглядно демонстрирует функцию массовой коммуникации по интеграции разнородных социальных и культурных групп в единое общественное пространство? 1) Строительство акведуков для обеспечения городов водой. 2) Деятельность странствующих рапсодов, исполнявших поэмы Гомера. 3) Проведение Олимпийских игр и других общеэллинских праздников. 4) Научная деятельность философов в Академии Платона и Ликее Аристотеля. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 3.
Формирование основ журналистики и рекламы в эпоху Средних веков и Возрождения	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК- **ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция	1. В эпоху Средневековья и Возрождения появились прообразы будущих средств массовой информации и рекламы. Установите соответствие между явлением и его характеристикой. Явление: А. Настенные летучие листки (libelli) Б. Газеты отношений (avvisi, relationi) В. Цензура со стороны Церкви (Индекс запрещенных книг) Г. Цеховые гербы и вывески Характеристика: 1) Рукописные сводки новостей коммерческого и политического характера,

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			распространявшиеся за плату в крупных городах Европы (например, Венеции) и являвшиеся предшественником газет. 2) Яркие визуальные символы, размещавшиеся на мастерских и лавках, которые информировали в основном неграмотное население о виде деятельности и качестве ремесла, выполняя функцию наружной рекламы. 3) Анонимные рукописные или печатные объявления, памфлеты и сатирические стихи, которые вскрывали социальные проблемы и часто носили оппозиционный характер. 4) Форма контроля над распространением информации и идей, которая ограничивала развитие светской журналистики и формировала единое идеологическое пространство в католических странах. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=3, Б=1, В=4, Г=2. 2. Какие из перечисленных факторов в эпоху Возрождения оказали решающее влияние на становление журналистики как регулярного общественного института? Выберите несколько верных ответов. 1) Изобретение и распространение книгопечатания Иоганном Гутенбергом. 2) Рост международной торговли и формирование сети европейских банков. 3) Великие географические открытия, расширившие кругозор европейцев. 4) Деятельность придворных трубадуров и миннезингеров. 5) Появление регулярной почтовой связи между крупными городами. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 2, 3, 5. 3. Какое из перечисленных явлений эпохи Возрождения можно считать прямым предшественником современной коммерческой рекламы, ориентированной на массового потребителя? 1) Издание «летучих листков» с сенсационными новостями о чудесах и кометах. 2) Размещение геральдических символов знатных семейств на фасадах дворцов. 3) Использование фирменных клейм (hallmarks) и пекарями, и ювелирами для гарантии качества товара. 4) Распространение печатных объявлений (афиш) о продаже книг, лекарств или наборе студентов в университеты. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 4.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
Становление журналистики в Европе XVII–XVIII вв.	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция	1. В XVII–XVIII веках в Европе сформировались основные типы периодических изданий, каждый из которых выполнял определенную социальную функцию. Установите соответствие между типом издания и его характеристикой. Тип издания: А) Еженедельная газета новостей (например, «Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien») Б) Литературно-критический журнал (например, «Journal des sçavans») В) Общественно-политический еженедельник (например, «The Spectator») Г) Ежемесячный научный журнал (например, «Philosophical Transactions») Характеристика: 1) Издание, целью которого было донесение новых научных знаний и открытий до образованной публики, способствуя развитию международного научного сообщества. 2) Периодическое издание, содержавшее обзоры новых книг, отчеты о научных экспериментах и некрологи ученых, ориентированное на узкий круг интеллектуалов. 3) Публицистическое издание, которое через эссе и очерки на повседневные темы формировало вкусы, нормы поведения и общественное мнение среднего класса. 4) Периодическое издание, главной функцией которого было оперативное информирование широкой аудитории о текущих политических и военных событиях. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=4, Б=2, В=3, Г=1. 2. Какие из перечисленных исторических процессов и явлений XVII–XVIII веков оказали непосредственное влияние на стремительное развитие и профессионализацию журналистики в этот период? Выберите несколько верных ответов. 1) Великие географические открытия и развитие международной торговли. 2) Эпоха Просвещения и распространение идей рационализма. 3) Формирование национальных государств и централизованной бюрократии. 4) Промышленный переворот и массовая урбанизация. 5) Появление регулярных почтовых служб и улучшение путей сообщения. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2, 3, 5. 3. Какое из перечисленных изданий XVII–XVIII веков стало важнейшим шагом в превращении журналистики из простого регистратора событий в инструмент

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			формирования гражданского общества и общественного мнения? 1) Газета «The Times» (Лондон) 2) Газета «La Gazette» (Франция) 3) Журнал «The Spectator» (Лондон) 4) Газета «Aviso» (Германия) КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 3.
Основные тенденции развития европейской журналистики и рекламы в XIX в.	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция	1. XIX век стал периодом стремительного развития и профессионализации журналистики и рекламы. Установите соответствие между феноменом XIX века и его характеристикой. Феномен: А) Массовая «пенни-пресса» Б) Рекламное агентство как посредник В) Революционная политическая пресса Г) Журнал для семейного чтения Характеристика: 1) Тип издания, который, используя достижения технологической революции, резко снизил стоимость номера и ориентировался на самого широкого читателя, делая акцент на сенсациях, криминальных хрониках и человеческом интересе. 2) Новый тип периодики, отражавший рост благосостояния и грамотности среднего класса, предлагавший морализаторские тексты, романы с продолжением и иллюстрации, формируя единое культурное пространство для семьи. 3) Деятельность фирмы, которая покупала крупные рекламные площади в изданиях оптом, чтобы затем перепродавать их мелкими партиями рекламодателям, становясь ключевым элементом медиаэкономики. 4) Тип изданий, который был напрямую связан с общественными потрясениями, выполнял агитационную функцию и был ориентирован не на коммерческую выгоду, а на продвижение политических идей и мобилизацию читателей. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=1, Б=3, В=4, Г=2. 2. Какие из перечисленных факторов напрямую способствовали превращению журналистики и рекламы в массовые индустрии в Европе XIX века? Выберите несколько верных ответов.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			1) Изобретение радио и возможность мгновенной передачи информации на расстояние. 2) Промышленная революция и рост массового производства товаров. 3) Введение всеобщего обязательного начального образования. 4) Социальные реформы, сокращение рабочего дня и рост урбанизации. 5) Изобретение и распространение ротационной печатной машины и линотипа. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2, 3, 4, 5. 3. Какой принцип финансирования периодических изданий, окончательно сформировавшийся в европейской журналистике во второй половине XIX века, кардинально изменил ее экономическую модель и отношения с аудиторией? 1) Государственное субсидирование и дотации лояльным изданиям. 2) Модель финансирования за счет политических партий и объединений. 3) Модель, при которой основной доход издание получает от продажи рекламы, а не от подписки или розницы. 4) Система благотворительных пожертвований от меценатов. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 3.
Зарубежная журналистика и реклама в период с 1900-х до 1945 гг.	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция	1. Период с 1900-х по 1945 гг. характеризовался возникновением новых медиа и трансформацией коммуникационных стратегий. Установите соответствие между феноменом эпохи и его характеристикой. Феномен: А) Пропагандистские плакаты времен Первой и Второй мировых войн Б) Зарождение радиожурналистики В) Реклама в стиле «ар-деко» 1920-х гг. Г) Массовые иллюстрированные журналы (например, «Life», «Berliner Illustrirte Zeitung») Характеристика: 1) Использовало мощь визуального образа для мобилизации населения, вербовки солдат, сбора средств и формирования образа врага, упрощая сложные политические концепции до уровня массового сознания. 2) Новый тип периодики, который, опираясь на технологические инновации в фоторепортаже, доводил до широкой аудитории визуальную хронику событий, формируя общенациональные и общемировые «зрительные зоны». 3) Мгновенная передача новостей на огромные расстояния, что позволило впервые в

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			истории организовать прямые репортажи с мест событий (например, пожар «Гинденбурга») и создать эффект общего одновременного прослушивания. 4) Визуальная коммуникация, отражавшая дух «эпохи джаза»: воспевание скорости, прогресса, гедонизма и новой независимой роли женщины, активно используя графику, стилизованные формы и насыщенные цвета. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=1, Б=3, В=4, Г=2. 2. Какие из перечисленных факторов в наибольшей степени определили содержание, формы и роль зарубежной журналистики и рекламы в период с 1900-х по 1945 гг.? Выберите несколько верных ответов. 1) Холодная война и гонка ядерных вооружений. 2) Мировые экономические кризисы (Великая депрессия). 3) Расцвет телевидения как массового медиа. 4) Радикализация общества и приход тоталитарных режимов. 5) Две мировые войны как глобальные информационные и пропагандистские конфликты. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2, 4 .5. 3. Какое новое медиа, активно развивавшееся в период с 1900-х по 1945 гг., наиболее радикально изменило саму природу новостей, впервые создав эффект «сиюминутности» и одновременного переживания события миллионами людей? 1) Иллюстрированный еженедельный журнал 2) Радиовещание 3) Кинохроника 4) Массовая ежедневная газета КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2.
Зарубежные СМИ и реклама в 1945–1990-е гг.	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом,	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция	1. Период 1945–1990-х гг. был эпохой противостояния систем, технологических прорывов и становления глобального медиапространства. Установите соответствие между ключевым феноменом этого периода и его характеристикой. Феномен: А) Холодная война и пропаганда в СМИ Б) «Телевизионная революция» 1950–1960-х гг.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
	этическом и философском контекстах		В) Расцвет креативной «рекламной революции» (Creative Revolution) Г) Появление и рост кабельного и спутникового телевидения Характеристика: 1) Превращение телевидения из роскоши в основной источник новостей и развлечений для среднего класса, создание «звезд» тележурналистики и формирование феномена «глобальной деревни». 2) Демассификация аудитории, появление нишевых каналов (новостных, музыкальных, спортивных), преодоление географических ограничений и формирование основ будущего глобального информационного пространства. 3) Идеологическое и информационное противостояние, где СМИ стали «фронтом», транслируя образ жизни, ценности и интерпретацию событий с позиций двух блоков, активно используя методы психологической войны. 4) Сдвиг в рекламной индустрии от утилитарного информирования о свойствах товара к созданию бренда через креатив, образ жизни, юмор и эмоции, ориентируясь на молодежную аудиторию и бунт против условностей. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=3, Б=1, В=4, Г=2. 2. Какие из перечисленных тенденций в наибольшей степени характеризовали развитие зарубежных СМИ и рекламы в период с 1945 по 1990-е годы? Выберите несколько верных ответов. 1) Доминирование печатных газет как основного источника новостей. 2) Визуализация информации и рост влияния телевидения. 3) Глобализация медиа и создание международных информационных корпораций. 4) Кризис доверия к СМИ после таких событий, как Уотергейт и война во Вьетнаме. 5) Появление и массовое распространение интернета и социальных сетей. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2, 3, 4. 3. Какое медийное событие 1960-х годов наглядно продемонстрировало растущую политическую силу телевидения и его способность формировать не только новости, но и саму политическую реальность? 1) Прямая телетрансляция высадки человека на Луну (1969). 2) Телевизионные дебаты Кеннеди и Никсона (1960).

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			3) Трансляции с Всемирной выставки в Монреале (Экспо-67). 4) Репортажи о фестивале Вудсток (1969). КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2.
Зарубежные СМИ и реклама в XXI в. Интернет и конвергенция медиа.	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция	1. XXI век характеризуется цифровой трансформацией медиа и рекламы. Установите соответствие между современным медийным феноменом и его ключевой характеристикой. Феномен: А) Цифровая конвергенция Б) Таргетированная и программатик-реклама В) Социальные сети как новостная среда Г) Подкастинг Характеристика: 1) Технология автоматической покупки и размещения рекламных объявлений на основе анализа больших данных о пользователе, позволяющая показывать рекламу максимально релевантной аудитории в реальном времени. 2) Стирание технологических и содержательных границ между различными медиа (текст, аудио, видео), платформами (ТВ, интернет, телефон) и ролями (производитель/потребитель контента). 3) Возрождение аудиоконтента в эпоху доминирования визуального, создающее эффект интимности и доверия за счет формирования «сообщества слушающих» и портфеля нишевых тем. 4) Платформы, где новости распространяются не через официальные редакции, а через пользователей, что приводит к эффекту «эхо-камер», вирулентности контента и размыванию границ между личным и публичным. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=2, Б=1, В=4, Г=3. 2. Какие из перечисленных вызовов и проблем для традиционных СМИ и общества в целом породила цифровая революция и конвергенция медиа в XXI веке? Выберите несколько верных ответов. 1) Кризис бизнес-моделей традиционных СМИ, основанных на рекламе и подписке. 2) Монополизация аудитории несколькими крупными телевизионными сетями. 3) Распространение фейковых новостей и дезинформации.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			4) Усиление роли профессионального редактора как «привратника» информации. 5) Формирование «пузырей фильтров» и усиление политической поляризации. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 3 ,5. 3. Какой принцип функционирования современных цифровых медиа и рекламы является определяющим для бизнес-моделей (Например, Google), и кардинально отличает их от медиаиндустрии XX века? 1) Продажа эксклюзивного рекламного места в престижных печатных изданиях и на ТВ-каналах. 2) Прямая монетизация контента через платную подписку (paywall). 3) Предоставление бесплатных услуг пользователю в обмен на его персональные данные, которые монетизируются через таргетированную рекламу. 4) Производство и продажа собственного уникального редакционного контента. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 3.
Общие тенденции развития мировых СМИ и рекламы	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция	1. Историческое развитие мировых СМИ и рекламы демонстрирует ряд магистральных тенденций, преемственных для разных эпох. Установите соответствие между общей тенденцией и ее конкретным историческим проявлением. Общая тенденция: А) Технологическая детерминация развития медиа Б) Коммерциализация и поиск новых бизнес-моделей В) Глобализация и преодоление пространственных барьеров Г) Интерактивность и диалогизация коммуникации Конкретное историческое проявление: 1)Переход от финансирования за счет подписки и розничной продажи к модели, где основной доход издание получает от рекламы (XIX в.), и последующий кризис этой модели в цифровую эпоху. 2) Изобретение печатного станка → появление газет; изобретение радио и ТВ → эра электронных СМИ; развитие интернета → цифровая революция и конвергенция. 3) От «писем в редакцию» и радиовикторин до комментариев в блогах, прямых эфиров в социальных сетях и пользовательского контента (UGC), стирающего грань между производителем и потребителем информации. 4) Создание международных информационных агентств (Рейтер, Франс Пресс) в XIX веке

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			→ глобальные телесети (CNN) в конце XX века → платформенные медиа (Facebook, Twitter) в XXI веке. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=2, Б=1, В=4, Г=3. 2. Какие из перечисленных тенденций являются сквозными, то есть проявляются на разных этапах исторического развития мировых СМИ и рекламы, от античности до наших дней? Выберите несколько верных ответов. 1) Постоянное ускорение скорости передачи и потребления информации. 2) Рост визуальной составляющей в коммуникации. 3) Усиление контроля со стороны государственных органов. 4) Стремление к персонализации и таргетированию контента. 5) Увеличение роли медиа как инструмента формирования общественного мнения. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 2, 5. 3. Какой из перечисленных глобальных трендов в наибольшей степени определяет современное состояние и ближайшее будущее мировых СМИ и рекламы, являясь логическим итогом их исторической эволюции? 1) Платформизация, при которой власть над аудиторией и рекламными потоками концентрируется у глобальных IT-корпораций. 2) Доминирование национальных медиасистем, ориентированных на внутреннего потребителя. 3) Возврат к доминирующей роли печатных текстовых форматов. 4) Полная децентрализация и отсутствие каких-либо медиа-посредников. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1.

Критерии оценивания тестового задания:

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-70%

4.2 ТИПОВЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Практические задания должны отражать умение обучающегося применять осваиваемую компетенцию в практических ситуациях и при решении производственных задач (индикаторы УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ).

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
Блок 1: Истоки и становление (Пражурналистские явления древности и формы массовой коммуникации в античности; Формирование основ журналистики и рекламы в эпоху Средних веков и Возрождения)	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными социальными группами по вопросам культурных особенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1. Составьте развернутую сравнительную таблицу, в которой проанализируете ключевые формы массовой коммуникации в трех исторических эпохах: Античность, Средневековье и Современность (XXI век): 1) Ключевые формы коммуникации: Перечислите 2-3 наиболее характерных для эпохи канала передачи информации (например, для Античности: выступления ораторов на Форуме, Acta Diurna, граффити). 2) Технологический базис: Опишите, на каких технологиях была основана коммуникация (устная речь, рукописный свиток, печатный станок, цифровые сети). 3) Основные функции: Какую роль выполняли эти формы? (Информирование, пропаганда, мобилизация, развлечение, коммерция, социальная интеграция). 4) Характер аудитории: Кто был потребителем информации? (Ограниченная элита, городское население, все свободные граждане, массовая, нишевая, глобальная аудитория). 5) Обратная связь и интерактивность: Была ли возможна обратная связь от аудитории? Если да, то в какой форме? (Крики одобрения/неодобрения на Форуме, «письма в редакцию», мгновенные комментарии и лайки). 6) Скорость и масштаб распространения: Охарактеризуйте, насколько быстро и далеко могла распространиться информация. Под таблицей необходимо написать краткий аналитический вывод (объемом 7-10 предложений), в котором вы ответите на вопрос: «Какие основные трансформации (в скорости, доступности, интерактивности и функциях) претерпела массовая коммуникация от Античности до наших дней?» 2. Проведите детальный анализ одного примера «проторекламы» (предшественницы современной рекламы) из эпохи Античности или Средневековья. На основе этого анализа представьте и обоснуйте его прямой или трансформированный аналог в современных медиа: 1) Выберите один конкретный исторический пример проторекламы (Например, вывеска винодельной таверны в Помпеях). 2) Дайте краткое описание вашего примера: Укажите его исторический и социальный контекст (Где и когда использовался? Какие цели преследовал?). 3) Целевая аудитория и идея информации.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
			4) Назовите и опишите современный рекламный формат или конкретный пример, который, по вашему мнению, является функциональным или смысловым аналогом исторического прототипа. 5) Подробно объясните, в чем заключается сходство. Аргументируйте свой выбор. Задание может быть выполнено в виде краткого аналитического эссе (1-1,5 страницы) или презентации из 4-5 слайдов, четко разделенных на две части: исторический анализ и современный аналог. 3. Разработайте и представьте устное выступление (ораторский текст) на актуальную современную тему, сознательно стилизованное под каноны и дух публичной речи либо Античности, либо Средневековья: 1) Выберите один из двух исторических стилей и кратко (3-4 предложения) обоснуйте свой выбор (Например, Античный стиль: Цицерон - Рационализм, логика, гармония, служение гражданскому обществу, диалог с оппонентом - Четкая структура (вступление, изложение, доказательство, опровержение, заключение), использование логических аргументов, риторических фигур (анафора, антитеза, риторический вопрос), апелляция к общественному благу и справедливости). 2) Свое выступление рассчитывайте на 5-7 минут в соответствие со следующими критериями: тема должна быть актуальной для XXI века, речь должна быть структурированной и аргументированной, язык и стилистика должны соответствовать выбранной эпохи и выбранной теме в риторических приемах и лексики.
Блок 2: Рождение и развитие института прессы (Становление журналистики в Европе XVII–XVIII вв.; Основные тенденции развития европейской журналистики и рекламы в XIX в.)	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-**ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными социальными группами по вопросам культурных особенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1. Проведите сравнительный анализ первых европейских периодических изданий XVII–XVIII вв. («La Gazette», «The Spectator», «Journal des savants») и современных СМИ (Например, The Guardian). Создайте таблицу со следующими критериями оценивания: • Основные функции (Информирование, развлечение, формирование мнения, социализация, критика); • Целевая аудитория (Элита, средний класс, массовый читатель, иные группы); • Структура номера/сайта (Постоянные рубрики, отделы); • Источники информации (Официальные лица, корреспонденты, агентства, пользователи); • Бизнес-модель (Подписка, продажа номера, реклама); • Обратная связь с аудиторией (Письма, клубы по интересам, комментарии, соцсети). Под таблицей необходимо написать аналитический вывод, ответив на ключевые вопросы: Преемственность (Какие функции и структурные элементы первых изданий сохранились в

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
			современных медиа?), Трансформация (Что изменилось кардинальным образом и почему?), Главный вывод (В чем заключается принципиальное отличие роли и места СМИ в обществе XVII и XXI веков?). 2. Напишите аналитическую заметку в публицистическом стиле (объемом 1,5-2 страницы), в которой вы проанализируете причинно-следственные связи между процессами индустриализации/урбанизации в XIX веке и становлением массовой журналистики: • Яркий заголовок; • Вступление; • Основная часть: Раскройте влияние нескольких ключевых факторов (технологии, аудитория, экономика, контент); • Заключение. Сформулируйте обобщающий вывод. Например: «Массовая журналистика не была прихотью издателей – она стала закономерным ответом медиаиндустрии на вызовы и возможности индустриальной эпохи». 3. Проведите медиакомпаративный анализ (сравнительное исследование медиасистем), изучив особенности развития прессы в трех ведущих европейских странах в XIX веке: Франции, Англии и Германии. Создайте таблицу, которая наглядно покажет различия и сходства по следующим признакам: • Политический контекст; • Правовое поле; • Тип доминирующего издания; • Роль журналиста; • Отношение с властью; • Бизнес-модель. На основе таблицы подготовьте краткий устный доклад или письменный вывод (, ответив на вопросы: Какая из моделей, на ваш взгляд, оказалась наиболее жизнеспособной и почему?; Как наследие этих национальных моделей прослеживается в современных медиа этих стран?; Чем был обусловлен такой разный путь развития прессы в странах, находившихся в относительной географической и культурной близости?
Блок 3: Эра электронных медиа и глобальной коммуникации	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное	**ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными социальными	1. Подготовьте аналитическую справку, в которой выявите и охарактеризуете ключевые особенности пропаганды и коммерческой рекламы в средствах массовой информации в период Первой и Второй мировых войн.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
(Зарубежная журналистика и реклама в период с 1900-х до 1945 гг.; Зарубежные СМИ и реклама в 1945–1990-е гг.)	разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	группами по вопросам культурных особенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1) Кратко охарактеризуйте эпоху тотальной войны, где фронт проходит не только на поле боя, но и в умах гражданского населения. 2) Сравните общие черты пропаганды и рекламы в военный период (цели, образ врага, визуальные коды, лозунги). 3) Сравните специфику пропаганды и приведите примеры (кто заказчик?; какие задачи выполняет?; каким методам придерживаются?). 4) Сравните специфику рекламы (заказчик инфоповода; задачи инфоповода; методы реализации; взаимодействие пропаганды с рекламой) Сформулируйте основной тезис о том, как мировой конфликт привел к синтезу государственной и коммерческой риторики, создав мощнейший инструмент воздействия на массовое сознание и ее наследие. 2. Проведите детальный анализ одного исторического медиатекста на выбор: «Запись радиовыпуска или радиорекламы 1940-1950-х годов» или «Ролик телевизионной рекламы 1950-1960-х годов». • Контекстуальность: укажите источник, год, страну и контекст; • Анализ содержания: основной посыл (О чем этот текст? Какова его явная и скрытая цель?), целевая аудитория, ценности и стереотипы; • Анализ формы: как говорят (тембр и интонация диктора/актеров) или какой эффект визуализации показывают (визуальный ряд, монтаж, работа камеры, актерская игра). Формат представления: Письменный анализ объемом 1-1,5 страницы с обязательными ссылками на конкретные моменты в аудио/видео (таймкоды). 3. Создайте интерактивную или статичную инфографику, которая наглядно продемонстрирует эволюцию ключевых журналистских форм при переходе от доминирования печатных медиа к эре радио и телевидения: • Хронологическая ось: основная линия, показывающая периоды доминирования прессы, радио и телевидения; • «Судьба» журналистских форм: на временной шкале разместите блоки, показывающие, что произошло с различными форматами; • Визуальные анкеры: используйте узнаваемые иконки для каждого медиума (газета, микрофон, телевизор), а также портреты ключевых фигур (Эдвард Мэрроу – для радио, Уолтер Кронкайт – для ТВ); • Ключевые технологические прорывы: Отметьте на шкале точки, где произошли

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
			переломные события (начало регулярного радиовещания, первая телетрансляция, изобретение портативной камеры).
Блок 4: Цифровая революция и глобальное медиапространство (Зарубежные СМИ и реклама в XXI в. Интернет и конвергенция медиа; Общие тенденции развития мировых СМИ и рекламы)	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными социальными группами по вопросам культурных особенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1. Разработайте и представьте медиапроект (концепцию) кроссплатформенной рекламной кампании для выбранного вами продукта или услуги. Кампания должна быть интегрирована как минимум в три различных медиасреды (например, социальные сети, подкастинг, цифровые наружные экраны, игровые платформы, традиционное ТВ). План выполнения медиапроекта: • Выбор продукта/услуги и анализ ЦА: выберите реальный или гипотетический продукт. Опишите его и определите целевую аудиторию (ее ценности, медиапотребление); • Идея компании: сформулируйте ключевую мысль или эмоцию, которую должна донести кампания. Придумайте универсальный слоган или хэштег для всех платформ; • Кроссплатформенная стратегия: детально опишите, как кампания будет реализована на трех выбранных платформах (Формат контента, Задача на платформе, Взаимодействие платформ); • Ожидаемые результаты и метрики: Как вы будете измерять успех кампании? (Охват, вовлеченность, количество переходов по ссылкам, количество скачанных AR-фильтров). Формат представления: Презентация (5-7 слайдов) или подробный меморандум (1-2 страницы), визуализирующий ключевые элементы кампании. 2. Напишите аналитическое эссе (объемом 3-5 страницы), в котором вы проанализируете, как цифровые технологии (социальные сети, мессенджеры, алгоритмы, стриминговые платформы) трансформировали традиционные формы культурной коммуникации. 3. Разработайте и представьте презентацию (7-10 слайдов), в которой спрогнозируете основные пути развития мировой журналистики и рекламы на ближайшие 5-10 лет. Структура и ключевые тезисы для презентации: • Тема и автор; • Ключевой тезис и пояснение к нему; • Описание «Тренд-1» и аргументация; • Описание «Тред-2» и его аргументация; • Описание «Тренд-3» и его аргументация; • Устойчивое развитие и этика; • Профиль профессионала будущего: какими навыками должен обладать

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
			журналист/рекламист? • Прогноз: что ждет сферу в ближайшем будущем при соблюдении заявленных трендов?

Критерии оценивания практических занятий:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи, формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, обосновывает свои суждения и даёт правильные ответы на вопросы преподавателя
хорошо	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи и формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, но содержание ответов имеют некоторые неточности и требуют уточнения и комментария со стороны преподавателя
удовлетворительно	Выставляется, если обучающийся знает и понимает материал по заданной теме, но изложение неполное, непоследовательное, допускаются неточности в определении понятий, студент не может обосновать свои ответы на уточняющие вопросы преподавателя
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающийся допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя

Критерии оценивания эссе:

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся демонстрирует: - общее знание изучаемого материала; - показывает общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - умеет строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знает основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - 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

4.3. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольные работы содержат несколько практических заданий по индивидуальным вариантам, в полном объеме охватывающих изученный материал по указанной теме (индикаторы УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ). Выполнение контрольных работ позволяет определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций.

Тема	**Код и формулировка компетенции**	**Индикаторы достижения компетенции**	**Типовой вариант контрольной работы**	
			Вариант 1	**Вариант 2**
Блок 1: Истоки и становление (Пражурналистские явления древности и формы массовой коммуникации в античности; Формирование основ журналистики и рекламы в эпоху Средних веков и Возрождения)	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными социальными группами по вопросам культурных особенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1. Сравните формы коммуникации античного мира и Средневековья, определив их влияние на формирование общественного мнения. **Фрагмент 1, Античность (Платон, «Федр»):** «Сократ: Письменность поселит в душах людей забывчивость, ибо они перестанут упражнять память. Ты даёшь ученикам мнимую, а не истинную мудрость, ибо они будут много знать понаслышке, без обучения, и будут казаться многознающими, оставаясь по большей части невеждами. А главное — написанная речь не может защитить себя, её можно толковать как угодно, вопреки замыслу автора». **Фрагмент, 2 Средневековье (Августин, «О христианском учении»):** «Проповедь есть краеугольный камень наставления верующих. Слушающий должен воспринимать не красоту слов, но истину учения. Икона — это книга для неграмотных; через созерцание образов простой народ обращается мыслями к первообразам. Истинная коммуникация есть передача божественного Слова через авторитет Церкви». КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Общее – ориентация на	1. Сравните системы распространения информации в античном мире и в средневековых городах Европы, определив их влияние на формирование общественного сознания. **Фрагмент 1, Античность: система публичной коммуникации:** «В Афинах экклесия собиралась на Пниксе или в театре Диониса, где глашатаи (κῆρυκες) зачитывали решения, а на агоре выставлялись стелы с законами. Процесс обсуждения (λόγος) был событием, в котором участвовали ораторы, хореги и граждане, создавая коллективный разум полиса. Цицерон отмечал: "Республика держится на двух вещах — на праве и красноречии (ius et eloquentia), ибо даже наилучшие законы без оратора, способного их утвердить в народном собрании, ничего не стоят". Информация была локализована, событийна и требовала физического присутствия.» **Фрагмент 2, Средневековый город: корпоративно-церковная система:** «В средневековом городе коммуникация проходила через колокольный звон, проповеди в

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы	
			Вариант 1	**Вариант 2**
			устные формы передачи информации (ораторы/проповедники), использование авторитета (государственного/религиозного) для убеждения, функция социальной интеграции и сплочения общности. Различие – в доминирующем типе коммуникации и цели: в Античности – это светская, политико-правовая коммуникация на площади, формирующая мнение граждан; в Средневековье – это религиозно-нравственная коммуникация в храме, формирующая единоверие паствы. 2. Проанализируйте пример античной речи или средневековой религиозной проповеди как прототипа современного публицистического текста. Выявите характерные черты, объединяющие эти исторические формы с современной публицистикой. **Фрагмент 1, Античная речь: Демосфен. «Третья филиппика» (против Филиппа Македонского, 341 г. до н.э.):** «Неужели, афиняне, вы спросите, что́ надо делать? Я удивляюсь, что вы спрашиваете об этом. Самым постыдным, клянусь Зевсом, я считаю не то, что Филипп захватывает города, а то, что вы смотрите на это, не двигаясь с места... Теперь же, видя, как все погибает, отдавая на разграбление, вы колеблетесь и медлите, точно чужим опасностям сочувствуете... Или вы думаете, что город пребывает в безопасности, пока мы бездействуем, а другие терпят	соборах, цеховые собрания и глашатаев на рыночной площади. Информация имела иерархический характер: указ сеньора объявлялся у ратуши, церковные новости — с амвона, торговые — у гильдейских домов. Как записано в "Книге обычаев" Парижского университета (XIII век): "Никто не смеет читать, комментировать или распространять тексты без одобрения магистра и канцлера, ибо разум не должен блуждать вне установленных границ". Информация контролировалась сословиями и сакрализовалась.» КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Общее — использование ключевых публичных пространств (агора/форум — городская площадь/собор) как центров коммуникации, опора на авторитетные фигуры (гражданский лидер/духовное лицо) для передачи смыслов. Различие — в природе распространяемой информации и ее конечном адресате: в Античности это были в основном политические и судебные новости, адресованные гражданину полиса; в Средневековье — религиозные доктрины, моральные наставления и локальные указы, адресованные члену общины (религиозной или городской). 2. Проанализируйте пример античного политического памфлета (например, направленного против тирана) или средневековой морально-дидактической

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы	
			Вариант 1	**Вариант 2**
			бедствия?» **Фрагмент 2, Средневековая проповедь: Бернард Клервоский. «Проповедь о грехе и покаянии» (XII в.):** «О человек! Что ты спишь? Восстань от сна своего! Взгляни на пропасть, в которую катишься! Грех твой уязвил душу твою, и рана эта смертельна, если не исцелить её покаянием... К чему собираешь ты сокровища на земле, где ржа и моль истребляют?.. Ныне время благоприятное, ныне день спасения! Спеши же, доколе есть свет, да не объяла тебя тьма!» КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Общее – наличие четкой позиции автора, использование системы аргументов, ориентация на убеждение аудитории, работа с актуальными социальными темами, применение риторических приемов. Различие – в источнике авторитета: античная речь опирается на логику и гражданские ценности, религиозная проповедь – на сакральные тексты и догматы, тогда как современная публицистика апеллирует к общечеловеческим ценностям и фактологической базе. 3. Проведите сравнительный анализ античного и средневекового рекламного текста (на основе археологических находок или исторических описаний). Определите их основные коммуникативные стратегии.	«летучей листовки» как прототипа современного публицистического высказывания. Выявите характерные черты, объединяющие эти исторические формы с современной журналистской полемикой. **Фрагмент 1, Античный памфлет: Цицерон. «Филиппики» против Марка Антония (44-43 гг. до н.э.):** «Ты, Антоний, превратил форум в арену убийств, осквернил рострами кровью граждан! Какое согласие возможно с человеком, чья жестокость превзошла даже варварские образцы? Ты называешь себя защитником государства, но твои действия — это война против самого государства. Разве тот, кто грабит храмы, кто отнимает имущество у граждан, кто угрожает самим основам республики, может называться консулом?» **Фрагмент 2, Средневековая летучая листовка: Проповедь Яна Гуса против продажи индульгенций (1412 г.):** «Горе вам, торговцы отпущениями! Вы превратили дом молитвы в вертеп разбойников. За серебро вы продаёте прощение грехов, но кто дал вам власть торговать благодатью Божией? Ваши грамоты — это паутина, сотканная для уловления душ. Лучше бы вы отреклись от этой неправедной торговли, чем соблазняли малых сих!»

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы	
			Вариант 1	**Вариант 2**
			Фрагмент 1, Античная реклама (Надпись на стене в Помпеях, I в. н.э.): «Гай Пумнидий Дипил приветствует прохожих! В его пивной «У верного друга» продаётся лучшее пиво по медному ассу за кружку. Оно осветлит разум, укрепит тело и принесёт радость! Внутри ждут прохлада, музыка и доброе слово! Не проходи мимо, запомни место!» **Фрагмент 2, Средневековый рекламный текст (Объявление городского глашатая в Англии, XIV в.):** «Слушайте, слушайте, добрые люди! Святая церковь Святой Марии в праздник Успения проводит ярмарку! Там вы найдёте сукно из Фландрии, восточные специи, добротные ножи и лекарственные снадобья одобренные монахами! Приходите все, кто хочет купить по совести и продать по справедливости! Да благословит Господь ваши дела!» КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Общее – ориентация на наглядность и узнаваемость, функция идентификации товара/услуги, работа в условиях низкой грамотности населения. Различие – в способе идентификации: античная реклама основана на индивидуализации (клеймо мастера, вывеска конкретной лавки), тогда как средневековая использует корпоративные символы (цеховые гербы, знаки гильдий), что	КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Общее — острая социальная или политическая направленность, выраженная личная или группировочная позиция, использование сатиры, гиперболы или прямого обвинения как инструмента убеждения, цель — воздействие на общественные настроения. Различие — в канале и масштабе: античные и средневековые тексты были рукописными или устными, распространялись локально в узких кругах, а современная полемика тиражируется через массовые СМИ и интернет, достигая глобальной аудитории и предполагая мгновенную публичную реакцию. 3. Проведите сравнительный анализ античных граффити (например, предвыборных надписей в Помпеях) и средневековых вывесок или цеховых знаков как форм ранней рекламы. Определите их основные коммуникативные задачи и целевую аудиторию. **Фрагмент 1, Античные предвыборные граффити (Помпеи, I в. н.э.):** «Pompeianos felices Campaniaeque colonos / Cuspium Pansam aed(iles) o(ro) v(os) f(aciatis)» (Перевод: «Счастливых помпейцев и колоний Кампании! Я прошу вас избрать Цуспия Пансу эдилом») **Фрагмент 2, Средневековая цеховая вывеска (Европа, XIV-XV вв.):** «Hie wirt gut Bier geschenket / Dem Durstigen zu

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы	
			Вариант 1	**Вариант 2**
			отражает разные социально-экономические модели.	Trost / Und wer da will vertrinken / Der kom zu dieser Kost» (Перевод: «Здесь наливают доброе пиво / Для утешения жаждущего / И кто хочет утолить жажду / Пусть придёт к этому угощению») КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Общее — функция прямого обращения и информирования в общественном пространстве, адаптация сообщения под низкий уровень общей грамотности (использование символов, простых образов, имен). Различие — в коммуникативной задаче: античные граффити носили часто агитационно-личный характер («Голосуйте за…») или представляли собой частные объявления, ориентированные на сограждан; средневековые знаки и вывески выполняли в первую очередь регулятивно-идентифицирующую функцию, указывая на род деятельности и корпоративную принадлежность мастера, и были ориентированы на всех жителей города как потенциальных заказчиков.
Блок 2: Рождение и развитие института прессы (Становление журналистики в Европе XVII–XVIII вв.; Основные тенденции развития	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными социальными группами по вопросам культурных особенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкультурное	1. Раскройте особенности формирования профессиональной этики журналиста в эпоху Просвещения. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Основные особенности: формирование идеи общественного служения журналистики; зарождение принципа объективности и верификации фактов; этика интеллектуальной честности (указание источников, полемика без перехода на	1. Проанализируйте роль цензуры и механизмы её преодоления в становлении независимой журналистики в Европе XVII–XVIII веков. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Основные аспекты: существование предварительной и карательной цензуры со стороны церкви и государства как основного ограничителя свободы слова; зарождение публичной сферы в «кофейнях» и «салонах», где обсуждались неподцензурные

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы	
			Вариант 1	Вариант 2
европейской журналистики и рекламы в XIX в.)		разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	личности); борьба за свободу печати как социальную ответственность перед обществом, а не как личную привилегию. 2. Сравните жанровую структуру газет XVIII и XIX веков. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Общее – наличие информационных жанров (хроника, официальные сообщения) и аналитических (передовая статья). Различие – в доминантах: для XVIII века характерны эссеистические и литературные формы (моральные очерки, философские эссе, письма), тогда как в XIX веке происходит жанровая специализация: выделяются репортаж, интервью, фельетон, что связано с коммерциализацией прессы, ростом оперативности и ориентацией на массового читателя. 3. Проанализируйте рекламное объявление XIX века как элемент культурной коммуникации. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Ключевые аспекты анализа: реклама отражает социальные ценности эпохи (престиж, гигиена, прогресс); выполняет идеологическую функцию (формирование культуры потребления); использует стратегии убеждения (апелляция к науке, авторитетам, страхам); является визуальным маркером технического прогресса (качество печати, использование иллюстраций)	рукописные или иностранные издания; использование эзопова языка, аллегорий и отсылок к классическим авторам для обхода запретов; легализация и рост влияния периодических изданий (первые газеты, журналы) как платформы для постепенного отстаивания права на критику и информацию. 2. Сравните модель финансирования и целевую аудиторию периодических изданий в XVIII и XIX веках. КЛЮЧ К ЗАНИЮ: Общее – зависимость от экономической модели (субсидии, продажа, реклама). Различие – в приоритетах: в XVIII веке издания часто финансировались меценатами, политическими группировками или государством, были ориентированы на узкий круг образованной элиты (аристократия, бюргерство) и служили целям просвещения или политической борьбы; в XIX веке доминирует коммерческая модель (массовые тиражи, дешёвая пресса, рост доходов от рекламы), а целевой аудиторией становится массовый читатель из среднего и рабочего класса, что ведёт к популяризации содержания и усилению развлекательной функции. 3. Исследуйте эволюцию образа журналиста в общественном сознании от эпохи Просвещения к концу XIX века.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы	
			Вариант 1	**Вариант 2**
			и урбанизации (ориентация на жителя большого города).	КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Ключевые этапы эволюции: в XVIII веке – просветитель, философ, литератор, служащий общественному благу и Истине (образ «учёного журналиста»); в первой половине XIX века – политический борец, трибун, участник общественных движений (образ «журналиста-гражданина»); во второй половине XIX века – профессионал, «рейтер», сотрудник медиабизнеса, что порождает двойственное восприятие: с одной стороны, как разоблачителя и «четвёртой власти», с другой – как продажного сочинителя сенсаций, работающего на тиражи («журналист-репортёр»).
Блок 3: Эра электронных медиа и глобальной коммуникации (Зарубежная журналистика и реклама в период с 1900-х до 1945 гг.; Зарубежные СМИ и реклама в 1945–1990-е гг.)	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными социальными группами по вопросам культурных особенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1. Сравните способы подачи новостей в печатной прессе и радиопередачах 1930-х годов. Какие выразительные средства использовались для привлечения аудитории? КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Общее – ориентация на оперативность, использование заголовков/анонсов для привлечения внимания, элементы драматизации. Различие – в канале передачи: пресса использовала визуальные средства (крупные шрифты, фотографии, верстку) и глубокий контекст; радио делало акцент на звуке – интонации диктора, прямые репортажи с места событий, шумы и музыка, создавая «эффект присутствия» и мгновенную эмоциональную связь с аудиторией. 2. Создайте краткий сценарий радиорепортажа	1. Сравните роль и методы пропаганды в печатных СМИ начала XX века (до 1914 г.) и в радиовещании периода Второй мировой войны. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Общее – ориентация на формирование общественного мнения и мобилизацию масс, использование упрощённых лозунгов, образов врага и героя, апелляция к патриотизму. Различие – в масштабе, скорости и интимности воздействия: довоенная пресса (листовки, плакаты, газеты) действовала локально с задержкой, полагаясь на силу печатного слова и визуального образа; военное радио стало инструментом тотальной и мгновенной пропаганды, проникая прямо в дома, используя власть голоса диктора, эмоциональную силу прямого эфира, музыки и фронтовых репортажей для создания эффекта

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы	
			Вариант 1	**Вариант 2**
			эпохи 1930-х гг. (на современную тему, но в историческом стиле подачи). КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: • Стилистика: Использование характерных для эпохи обращений («Говорит Берлин!», «Внимание, у микрофона…»), драматизированных интонаций в ремарках; • Звуковой ряд: Наличие и обоснованное использование фоновых шумов (гул толпы, звук стартующей ракеты, сигналы техники); • Структура: Четкое деление на вступление (анонс), основную часть (описание события «с места») и эмоциональное заключение; • Актуальность темы: Раскрытие современного события (например, запуск частного космического корабля) через стилистику и нарративы 1930-х гг. (восхищение прогрессом, эпический тон). 3. Дайте письменный ответ на вопрос как технологический прогресс изменил понятие журналистской ответственности во второй половине XX века. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: • 1950-1970-е: Эра телевидения. Ответственность смещается с «точности факта» на этику изображения (правдивость кадра, влияние «живой картинки» на общественное мнение, как в репортажах из Вьетнама). Появление ответственности за психологическое	личного обращения и беспрецедентного психологического давления. 2. Создайте концепцию рекламного ролика в стилистике 1950-х годов (эпоха бума потребительства и расцвета телевидения) для современного продукта (например, смартфона или электромобиля). КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: • Стилистика и нарратив: Использование характерных слоганов-утверждений о «прогрессе», «светлом будущем», «идеальной жизни семьи»; визуальный ряд – стилизация под качественную цветную плёнку, образы счастливой супружеской пары среднего класса, детей, идеального дома; дикторский голос – уверенный, бодрый, «отеческий». • Ключевые приёмы: Демонстрация продукта как символа статуса и современности; упор на его «волшебную» простоту и надёжность; апелляция к авторитету науки и техники (например, «В ваших руках – технологии будущего!»); создание короткой запоминающейся мелодии (джингла). • Адаптация темы: Современный гаджет представляется не как сложное устройство, а как магический ключ к семейному счастью, социальному успеху и техническому совершенству мира будущего, что отражает утопический потребительский оптимизм эпохи

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы	
			Вариант 1	**Вариант 2**
			воздействие на аудиторию; • 1980-1990-е: Начало цифровой эры. Ответственность включает скорость и верификацию (риск распространения непроверенной информации). Зарождение ответственности за информационную гигиену (освещение терактов, этика в гонке за сенсацией); • Итог: Понятие ответственности расширилось от ответственности перед фактом и законом до ответственности за последствия медиавоздействия в глобальном масштабе.	1950-х. 3. Проанализируйте, как появление спутникового телевидения в 1970-1980-е годы изменило международный информационный порядок и работу зарубежных корреспондентов. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: • Революция в оперативности и масштабе: Ликвидация временного лага в передаче новостей из-за рубежа, возможность прямых включений, что привело к созданию глобального «информационного пространства» в реальном времени и росту конкуренции между телекомпаниями. • Изменение работы корреспондента: Смещение фокуса с глубокого аналитического репортажа (присылаемого с задержкой) на работу в прямом эфире «с места события»; возрастание роли оперативности, умения давать краткие комментарии «под картинку» и готовности к импровизации. • Геополитические последствия: Нарушение государственного информационного суверенитета (сигнал со спутника нельзя было легко заблокировать), что способствовало преодолению «железного занавеса» (на примере CNN), ускорению глобализации новостей и зарождению концепции «глобальной деревни», где международные события становятся достоянием мировой аудитории мгновенно.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы	
			Вариант 1	**Вариант 2**
Блок 4: Цифровая революция и глобальное медиапространство (Зарубежные СМИ и реклама в XXI в. Интернет и конвергенция медиа; Общие тенденции развития мировых СМИ и рекламы)	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными социальными группами по вопросам культурных особенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1. Подготовьте ответ на вопрос о влиянии конвергенции медиа на качество журналистского контента. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: • Позитивное влияние: повышение оперативности, интерактивность, глубина погружения за счет мультимедийности, доступ к разнообразным источникам. • Негативное влияние: снижение глубины анализа («клиповость» мышления), распространение непроверенной информации, ориентация на виральность в ущерб качеству, унификация контента под форматы платформ. • Вывод: конвергенция не отменяет стандарты качества, но требует новых навыков верификации и адаптации традиционных жанров к цифровой среде. 2. Подготовьте аналитическую записку: «Культурная глобализация и вызовы идентичности в современных СМИ». КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: • Вызовы: размывание национальных идентичностей, доминирование западных медиамоделей, маргинализация локальных культур, рост культурного сопротивления. • Возможности: диалог культур, формирование гибридной идентичности, расширение доступа к культурному разнообразию.	1. Проанализируйте влияние алгоритмов рекомендательных систем и платформ социальных медиа (метавселенных) на процессы производства и дистрибуции новостного контента. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: • Влияние на производство: Стимулирование создания контента, ориентированного на вовлечение и виральность (кликбейт, эмоциональные заголовки), в ущерб глубокому анализу. Формирование «пузырей фильтров» и нишевых повесток, отличных от традиционной мейнстримной. • Влияние на дистрибуцию: Деконцентрация и персонализация потока новостей, где платформа, а не редакция, становится главным «распределителем» внимания аудитории. Маргинализация традиционных медиабрендов в ленте наравне с пользовательским контентом и непроверенными источниками. • Вывод: Алгоритмы и платформы трансформируют журналистику от модели «вещания» к модели «привлечения внимания в конкурентной цифровой среде», что требует новых стратегий достоверности и доверия, но также несет риски фрагментации публичной сферы. 2. Ответьте на вопрос в письменной форме: «Цифровой суверенитет и будущее глобального

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы	
			Вариант 1	**Вариант 2**
			• Роль СМИ: СМИ становятся ареной борьбы между гомогенизацией и сохранением уникальности, что требует от журналистов особой чувствительности к культурным кодам. 3. Разработайте краткий сценарий или концепт мультимедийного журналистского проекта (с учетом этических и культурных различий аудитории). КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: • Мультимедийность: органичное сочетание форматов (текст, видео, инфографика, интерактивные элементы). • Культурная чувствительность: учет языковых, религиозных и социальных особенностей целевых аудиторий. • Этичность: баланс между правом на информацию и правом на приватность, отказ от стереотипов. • Интерактивность: механизмы вовлечения аудитории из разных культурных сред. • Актуальность: отражение темы, значимой для международной аудитории.	интернет-пространства: вызовы для международной журналистики или конец истории?» КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: • Суть вызовов: Противоречие между глобальной природой интернета и усиливающимся регулированием на национальном уровне (законы о данных, цензура, блокировки). Фрагментация интернета на зоны влияния и возникновение «сплинтернета». • Последствия для журналистики: Усложнение доступа к международной информации и работы с источниками в разных юрисдикциях. Риски преследования за трансграничные публикации. Проблема обеспечения цифровой безопасности журналистов и источников. • Будущее и адаптация: Необходимость развития транснациональных журналистских сетей и кооперации. Важность технологических решений для обхода ограничений (VPN, шифрование). Переосмысление этических норм в условиях противоречивого правового поля. 3. Проведите экспертный разбор кейса современной глобальной рекламной кампании одного из технологических брендов (на выбор: Apple, Tesla, Amazon и т.д.). Выявите и охарактеризуйте ключевые тренды цифровой

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы	
			Вариант 1	Вариант 2
				эпохи, отраженные в её стратегии. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: • Тренд 1: Цифровой сторителлинг и иммерсивность. Использование форматов дополненной реальности (AR), коротких видео (TikTok/Reels), интерактивных веб-сайтов для создания эмоциональной вовлеченности, а не просто информирования. • Тренд 2: Персонализация и таргетирование на основе Big Data. Кампания сегментирована не по демографии, а по поведенческим паттернам, интересам и контексту, собранным алгоритмами. • Тренд 3: Ценности и экосознание как продукт. Акцент в коммуникации не на технических характеристиках, а на причастности к ценностям (устойчивое развитие, инклюзивность, инновации для человечества), что формирует лояльность. • Тренд 4: Слияние рекламы и контента (Native Advertising & Influencer Marketing). Интеграция продукта в полезный или развлекательный контент блогеров и лидеров мнений, что стирает границы между рекламой, журналистикой и пользовательским контентом.

Критерии оценивания контрольной работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи, формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, обосновывает свои суждения и даёт правильные ответы на вопросы преподавателя
хорошо	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи и формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, но содержание ответов имеют некоторые неточности и требуют уточнения и комментария со стороны преподавателя.
удовлетворительно	Выставляется, если обучающийся знает и понимает материал по заданной теме, но изложение неполное, непоследовательное, допускаются неточности в определении понятий, студент не может обосновать свои ответы на уточняющие вопросы преподавателя
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающийся допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя

Критерии оценивания эссе:

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся демонстрирует: - общее знание изучаемого материала; - показывает общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - умеет строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знает основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - 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

4.4. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа (индикаторы ЗНАТЬ, УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ – на выбор) включает в себя проработку теоретического материала, изучение рекомендуемой литературы, выполнение практико-ориентированных заданий (заполнение таблиц, проведение сравнительного анализа, составление схем и др.), решение практических задач, создание презентаций, написание рефератов, подборка нормативного и иного материала и выполнение других заданий.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовое задание для самостоятельной работы
Блок 1: Истоки и становление (Пражурналистские явления древности и формы массовой коммуникации в античности; Формирование основ журналистики и рекламы в эпоху Средних веков и Возрождения)	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1. Подготовить конспект по теме: «Формы массовой коммуникации в античном обществе». Проанализируйте основные каналы и методы распространения информации в античную эпоху. В конспекте следует выделить ключевые формы коммуникации (устные, письменные, визуальные), описать их характеристику и социальные функции, а также показать, как эти формы влияли на организацию общественной жизни и формирование общественного мнения в древних полисах. 2. Выполнить краткий обзор источников о феномене «проторекламы». Изучите и систематизируйте ключевые научные источники (монографии, статьи, учебные пособия), посвященные феномену проторекламы. В конспекте выделите основные подходы к определению этого понятия, перечислите исторические формы проторекламы (например, устные объявления глашатаев, клейма ремесленников, античные вывески) и их функции. Проанализируйте, как исследователи трактуют связь проторекламы с культурными, экономическими и социальными процессами древности и Средневековья. 3. Написать короткое эссе (до 3 стр.) о ценностных основаниях коммуникации в ранних обществах. В работе отразите: • Роль устной традиции и мифологии как носителей коллективных ценностей. • Взаимосвязь коммуникации с социальной организацией (иерархия, ритуалы, традиции). • Примеры ценностей, которые укреплялись через обряды, сказания или символику (например, единство племени, уважение к предкам, священность власти).
Блок 2: Рождение и развитие института прессы (Становление журналистики в Европе XVII–XVIII вв.; Основные тенденции	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция **ИУК-5.2.** Умеет	1. Составить хронологическую таблицу развития периодической печати XVII–XIX вв. Создайте структурированную хронологическую таблицу, отражающую ключевые этапы становления и эволюции периодической печати в Европе и России. В таблице должны быть представлены: основные исторические периоды, значимые издания и их создатели, характерные типологические особенности, а также важные политические и технологические события, повлиявшие на развитие прессы. Проанализируйте, как

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовое задание для самостоятельной работы
развития европейской журналистики и рекламы в XIX в.)	историческом, этическом и философском контекстах	взаимодействовать с различными социальными группами по вопросам культурных особенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	менялись функции и содержание периодики на протяжении трех веков. 2. Провести исследование: «Как развитие книгопечатания повлияло на рост прессы и рекламы». Проанализируйте предпосылки и связи между изобретением и распространением технологии книгопечатания и становлением современных институтов прессы и рекламы. В исследовании необходимо рассмотреть: технологические предпосылки (от рукописных свитков к печатным листкам), социально-экономические последствия (формирование массовой аудитории, коммерциализация информации), а также конкретные исторические примеры трансформации рекламных и новостных форматов в XV-XVIII веках. Сформулируйте выводы о роли печатной революции в создании медиаиндустрии. 3. Выполнить анализ одного исторического номера газеты XIX века (по выбору студента). Проведите комплексный анализ конкретного номера периодического издания XIX века, выбранного вами самостоятельно. Исследуйте его структуру, состав рубрик, тематику материалов, особенности языка и стиля. Проанализируйте визуальную составляющую: верстку, использование иллюстраций, шрифтовое оформление. Определите целевую аудиторию издания и его идеологическую направленность. Выявите, как выбранный номер отражает ключевые тенденции в развитии прессы и социокультурный контекст эпохи.
Блок 3: Эра электронных медиа и глобальной коммуникации (Зарубежная журналистика и реклама в период с 1900-х до 1945 гг.; Зарубежные СМИ и реклама в 1945–1990-е гг.)	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными социальными группами по вопросам культурных особенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1. Написать эссе (3-5 стр.) «Журналистика как инструмент общественного влияния в XX веке». Проанализируйте ключевые этапы трансформации роли журналистики как инструмента воздействия на общественное сознание в течение XX века. В работе следует рассмотреть: использование прессы в мировых войнах как средства пропаганды, становление телевидения как доминирующего медиа, феномен «новой журналистики», влияние журналистских расследований на политические процессы (Уотергейт), а также противоречивое наследие СМИ в эпоху культурных и социальных революций. Представьте аргументированную позицию о балансе между просветительской функцией и манипулятивным потенциалом медиа. 2. Создать медиа досье о ведущих журналистах или агентствах 1950–1980-х гг. Подготовьте развернутый анализ на одну из ключевых фигур или информационных агентств периода 1950–1980-х годов. В работе должны быть освещены: биографические

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовое задание для самостоятельной работы
			вехи и карьерный путь (для личности) или история создания и развития (для агентства); анализ наиболее значимых профессиональных достижений и работ; особенности творческого метода или редакционной политики; оценка влияния на медиаландшафт эпохи и профессиональные стандарты. Выявите, как деятельность выбранного субъекта отражала основные тенденции в журналистике периода Холодной войны и технологической трансформации СМИ. 3. Создать краткий обзор ключевых тенденций в журналистике середины XX века. Проанализируйте основные векторы развития журналистики в период 1940-1970-х годов. В обзоре следует выделить: становление телевидения как доминирующего медиа, трансформацию форматов новостей (от текстовых репортажей к визуальным повествованиям), изменение профессиональных стандартов под влиянием «холодной войны» и гражданских движений. Особое внимание уделите противоречию между ростом технических возможностей СМИ и усилением этических вызовов (проблема объективности, манипулятивный потенциал).
Блок 4: Цифровая революция и глобальное медиапространство (Зарубежные СМИ и реклама в XXI в. Интернет и конвергенция медиа; Общие тенденции развития мировых СМИ и рекламы)	УК-5. Способен воспринимать меж-культурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и	1. Подготовить глоссарий терминов цифровой медиа-сферы. Составьте тематический глоссарий, содержащий не менее 20 ключевых терминов и понятий, связанных с цифровой медиа-сферой. Для каждого термина необходимо предоставить четкое и развернутое определение, раскрывающее его сущность и специфику использования в современной медиа-индустрии. Дополнительно проиллюстрируйте каждый термин конкретными примерами его применения в практике цифровых СМИ, социальных платформ или рекламных технологий. Глоссарий должен отражать основные тенденции, форматы и инструменты цифровой медиа-коммуникации. 2. Подготовить кейс-анализ международной рекламной кампании, адаптированной под разные культуры. Проведите детальный разбор конкретной международной рекламной кампании (например, Coca-Cola, Nike, IKEA), которая была адаптирована для разных культурных аудиторий. В анализе необходимо: • Описать оригинальную концепцию кампании и её глобальные цели. • Выявить ключевые культурные особенности стран/регионов, где проводилась кампания (язык, ценности, традиции, символы). • Проанализировать конкретные примеры адаптации: изменение слоганов, визуального контента, использования цветов, сюжетов или знаменитостей.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовое задание для самостоятельной работы
		философском контекстах	• Оценить эффективность адаптаций: какие решения оказались успешными, а какие привели к культурным конфузам или провалам. • Сформулировать выводы о принципах эффективной кросс-культурной коммуникации в рекламе. 3. Составить аналитическую заметку о трансформации понятий «реклама» и «информация» в эпоху глобализации. Проанализируйте, как процессы глобализации и цифровизации повлияли на взаимопроникновение и трансформацию понятий «реклама» и «информация». В заметке раскройте: • Стирание границ между рекламным и информационным контентом (нативная реклама, брендированный контент). • Изменение роли потребителя: от пассивного получателя к активному участнику медиакоммуникации. • Влияние глобальных платформ (Например, Google) на форматы подачи информации и рекламы. • Этические аспекты смешения рекламы и информации (проблема доверия, манипулятивные техники). • Примеры интеграции рекламы в информационные потоки (новостные сайты, соцсети, мессенджеры).

Критерии оценивания самостоятельной работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	выставляется если работа носит научно-исследовательский характер, проанализирован и сделан сравнительный анализ нескольких литературных источников, приведены примеры
хорошо	выставляется если проанализирован и сделан сравнительный анализ нескольких литературных источников, приведены примеры
удовлетворительно	выставляется если проведен сравнительный анализ научно-методической литературы, приведены примеры
неудовлетворительно	выставляется если работа прошла проверку на антиплагиат и соответствует требованиям оформления

Критерии оценивания эссе:

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся демонстрирует:

	- общее знание изучаемого материала; - показывает общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - умеет строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знает основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - 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

4.5. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа позволяет выявить степень владения базовыми знаниями, умениями и навыками, необходимыми для обучения, и определить уровень владения новым материалом.

Примерные индивидуальные задания (темы) для курсовых работ:

КУРСОВАЯ РАБОТА НЕ ПРЕДУСМОТРЕНА УЧЕБНЫМ ПЛАНОМ

Критерии оценивания курсовой работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Представлены результаты структурированного и логически последовательного обзора литературных и иных источников по теме исследования. Структура курсовой работы логически и методически выдержана. Верно определены исходные данные для расчетов. Все аналитические расчеты выполнены верно, корректно применены методы экономического анализа, не нарушена методика анализа предмета исследования. Все выводы и предложения убедительно аргументированы. При защите курсовой работы обучающийся правильно и уверенно отвечает на вопросы преподавателя, демонстрирует глубокое знание теоретического материала, способен аргументировать собственные утверждения и выводы
хорошо	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Представлены результаты структурированного и логически последовательного обзора литературных и иных источников по теме исследования. Структура курсовой работы логически и методически выдержана. Верно определены исходные данные для расчетов. В расчетах допускаются незначительные (не искажающие общего итога оценки) погрешности/ошибки. Большинство выводов и предложений аргументировано, корректно применены методы экономического анализа, не нарушена методика анализа предмета исследования. Оформление курсовой работы и полученные результаты в целом отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две несущественные ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах, в оформлении таблиц. Наличествует незначительное количество грамматических и/или стилистических ошибок. При защите курсовой работы обучающийся правильно и уверенно отвечает на большинство вопросов преподавателя, демонстрирует хорошее знание теоретического материала, но не всегда способен аргументировать собственные утверждения и выводы. При наводящих вопросах преподавателя исправляет ошибки в ответе
удовлетворительно	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Результаты обзора литературных и иных источников представлены недостаточно полно, недостаточно логично и последовательно. Верно определены исходные данные для расчетов, но имеются грубые ошибки в расчетах. Аргументация

	выводов и предложений слабая или отсутствует. Экономические выводы носят констатирующий (описательный) характер. Имеются одно-два существенных отклонений от требований в оформлении курсовой работы. Полученные результаты в целом отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две существенных ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах. Много грамматических и/или стилистических ошибок. При защите курсовой работы обучающийся допускает грубые ошибки при ответах на вопросы преподавателя, демонстрирует слабое знание теоретического материала, в большинстве случаев не способен уверенно аргументировать собственные утверждения и выводы
неудовлетворительно	Содержание курсовой работы не соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Неверно определены исходные данные для расчетов, неверно и не корректно применены методы экономического анализа. Экономические выводы содержат неверную экономическую оценку. Имеются более двух существенных отклонений от требований в оформлении курсовой работы. Большое количество существенных ошибок по сути работы, много грамматических и стилистических ошибок и др. Полученные результаты не отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. При защите курсовой работы обучающийся демонстрирует слабое понимание программного материала, студент не может защитить свои решения, допускает грубые фактические ошибки при ответах на поставленные вопросы или вовсе не отвечает на них. Курсовая работа не представлена преподавателю. Обучающийся не явился на защиту курсовой работы

5. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета/зачета с оценкой/экзамена.

5.1. Вопросы к зачету/зачету с оценкой/экзамену:

1. Роль и формы коммуникации в Древнем мире, ее главные особенности.
2. Возникновение письменности и ее влияние на процессы коммуникации в древности.
3. Протожурналистика в Египте и Китае.
4. Формы протожурналистики в Греции и Риме.
5. Ораторское искусство как прообраз публицистической деятельности. История развитие риторики.
6. Основные понятия античной риторики.
7. Особенности речей Демосфена.
8. Риторика и софистика.
9. Речи Исократа.
10. Риторика в эллинистический период.
11. Специфика ораторского искусства в Риме.
12. Особенности речей Цицерона.
13. Древнеримские рукописные вестники «Акта сенатус» и «Акта дьюрна».
14. Специфика средневековой публицистики.
15. Ранняя христианская публицистика.
16. Проповедь. Типология жанра.
17. Западный и восточный центры христианской публицистики.

18. Публицистика позднего Средневековья и цензура.
19. Публицистика средневековой Франции.
20. Публицистика средневековой Германии.
21. Публицистика средневековой Англии.
22. Эпоха Возрождения: основные историко-культурные факторы развития публицистики.
23. Изобретение книгопечатания.
24. Печатные листки новостей.
25. Развитие журналистики в Италии в эпоху Возрождения.
26. Развитие журналистики и книгопечатания в Германии в эпоху Возрождения.
27. Развитие журналистики и книгопечатания во Франции в эпоху Возрождения.
28. Развитие журналистики и книгопечатания в Англии в эпоху Возрождения.
29. «Ареопагитика» Мильтона.
30. Журналистика Германии XVII–XIII вв.
31. Журналистика Франции XVII–XIII вв.
32. Журналистика Англии XVII–XIII вв.
33. Становление журналистики США.
34. Борьба за свободу печати в странах Европы и США (XVII–XIII вв.)
35. Первые ежедневные газеты и их особенности.
36. Новые коммуникационные технологии в сфере печатного производства в XIX в.
37. Английская журналистика XIX в. Общая характеристика и основные факторы развития.
38. «Новая журналистика» в Англии. Появление массовой периодики.
39. «Малые журналы» и «радикальная печать» в Англии.
40. Газета «Таймс» как самая влиятельная английская газета XIX в.
41. Первые западные информационные агентства.
42. Борьба за свободы слова и печати во Франции.
43. Общая характеристика французской журналистики XIX в.
44. Французская журналистика периода Консульства и Империи.
45. Французская печать периода монархии (1830–1848)
46. Французская журналистика периода Второй империи.
47. Массовая пресса во Франции. Деятельность Жирардена и Мийо.
48. Общие тенденции развития журналистики в Германии.
49. Немецкая пресса во время Наполеона. Публицистическая деятельность Герреса.
50. Немецкая пресса «домартовского периода», ее региональный характер.
51. Немецкая пресса в 40-е гг. XIX века.
52. Политика Бисмарка в области печати.
53. Германская печать на рубеже веков.
54. Общая специфика журналистики США
55. Журналистика США в первой половине XIX в.
56. Типология американских журналов первой половины XIX в.
57. Американские газеты первой половины XIX века. Традиции персонального журнализма.
58. Информационное агентство «Ассошиэйтед пресс».
59. Развитие массовой прессы в США. Газетные империи Пулитцера и Херста.
60. Общие тенденции развития американской прессы во второй половине XIX в.
61. Роль периодической печати в профессионализации писателей. Журналистская деятельность. Диккенса.
62. Журналистская деятельность Бальзака.
63. Роль прессы в «деле Дрейфуса».
64. Журналистская деятельность Золя.
65. Журналистская деятельность Пруста.
66. Журналистская деятельность Теккерея.
67. Основные этапы становления рекламной деятельности в истории культуры
68. Протореклама: сущность и разновидности
69. Устная реклама в эпоху античности. Глашатаи – первый «институт» рекламного дела
70. Варианты изобразительной рекламы в античную эпоху.
71. Жанры письменной античной рекламы

72. Основные направления и жанры рекламной деятельности в эпоху Античности
73. «Крики улиц» Средневековья
74. Глашатаи и герольды: общее и специфическое в структуре деятельности
75. Фольклорная ярмарочная средневековая реклама
76. Письменная и изобразительная реклама эпохи Средневековья
77. Влияние книгопечатания на рекламные процессы Нового времени
78. Новации в рекламных процессах XVII–XVIII веков
79. Появление информационных бюро и их роль в становлении рекламных процессов в Европе
80. Роль Теофраста Ренодо в истории становления европейской журналистики и рекламы
81. Джон Хоутон – «отец английской рекламы в прессе»
82. Предплакатные жанры рекламной деятельности
83. Специфика рекламных процессов в Германии XIX века. Приманки премиальной торговли
84. Реклама Англии XIX века.
85. Французская реклама XIX века. Мастера французского рекламного плаката
86. Реклама в США в XX веке. Роль рекламной упаковки в развитии рекламных процессов

Критерии оценивания зачета с оценкой/экзамена:

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Обучающийся должен: - продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала; - исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; - правильно формулировать определения; - продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; - уметь сделать выводы по излагаемому материалу.
Хорошо	Обучающийся должен: - продемонстрировать достаточно полное знание программного материала; - продемонстрировать знание основных теоретических понятий; - достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; - продемонстрировать умение ориентироваться в литературе; - уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
Удовлетворительно	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.
Неудовлетворительно	Обучающийся демонстрирует: - 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.

6. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ДИАГНОСТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

Задания для диагностической работы должны обеспечивать оценку полностью или частично сформированных компетенций. Каждое задание должно быть привязано к тому или иному индикатору сформированности компетенций.

При формировании заданий для диагностической работы необходимо использовать тестовые задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Все типы заданий должны быть представлены не менее одного раза.

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	**Вариант 2**
1	Пражурналистские явления древности и формы массовой коммуникации в античности	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция **ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными со-циальными группами по вопросам культурных осо-бенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкуль-турное разнообразие	1, 2, 5.	1. В античном мире существовали различные формы передачи информации, которые можно считать предшественниками современных СМИ. Установите соответствие между пражурналистским явлением и его определением. Явление: А. Acta Diurna (Дневные ведомости) Б. Acta Senatus (Сенатские ведомости) В. Герольды, глашатаи Г. Анналы Определение: 1) Официальные хроникальные записи, фиксирующие важнейшие государственные события и решения, хранились в архивах. 2) Специально обученные люди, громко объявлявшие новости, указы и рекламные сообщения в публичных местах. 3) Ежедневные сводки новостей, вывешиваемые на форуме для всеобщего обозрения, содержали светскую хронику, судебные отчеты, объявления. 4) Стенограммы заседаний римского сената,	1. Разные цивилизации античности породили уникальные формы передачи информации и пропаганды. Установите соответствие между артефактом/явлением и цивилизацией, в которой оно было распространено. Цивилизация: А. Древний Рим Б. Древняя Греция В. Древний Египет Г. Древняя Месопотамия 1) Наскальные рельефы и клинописные стелы (напр., "Кодекс Хаммурапи"), прославляющие мощь царя и законы. 2) Вазы с росписями, изображающими сцены из общественной жизни, мифов и спортивных состязаний. 3) Папирусы с "вестями", официальными донесениями и хвалебными гимнами фараонам, распространявшиеся среди писцов и чиновников. 4) Триумфальные арки и колонны с непрерывными скульптурными лентами, повествующими о военных победах императора (напр., колонна Траяна).

			общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах		которые изначально были секретными, но затем стали публиковаться по распоряжению Юлия Цезаря. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=3, Б=4, В=2, Г=1. 2. Какие из перечисленных ниже явлений в Древней Греции выполняли функцию массовой коммуникации и способствовали формированию общественного мнения, подобно современным медиа? (Выберите несколько вариантов ответа) 1) Театральные представления (трагедии и комедии). 2) Выступления философов в Академии Платона. 3) Речи ораторов на агоре и в народном собрании (экклесии). 4) Олимпийские игры и другие общегреческие праздники (Панэллинские игры). 5) Строительство акрополей в полисах. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 3, 4. 3. Опираясь на знания о пражурналистских явлениях в Древнем Риме (например, Acta Diurna), проанализируйте, как подобные формы коммуникации могли способствовать интеграции многочисленных и разнообразных народов в единую Римскую империю. В ответе выделите не менее трёх аспектов. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Формы массовой коммуникации, такие как Acta Diurna, играли ключевую роль в процессе интеграции поликультурного пространства Римской империи через следующие аспекты: Создание единого информационного поля, Трансляция общих ценностей и римской идентичности, Формирование горизонтальных связей.	КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=4, Б=2, В=3, Г=1. 2. Расположите перечисленные формы массовой коммуникации в античности в хронологической последовательности их появления, от самой ранней к самой поздней. 1) Система курьерской связи и официальных донесений в Персидской империи (ангары). 2) Широкое распространение практики публичных политических речей в афинской экклесии. 3) Начало регулярного выпуска «Acta Diurna» в Древнем Риме. 4) Создание библиотек как центров хранения и распространения знаний (напр., Александрийская библиотека). КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 2, 4, 3. 3. Античный театр (в частности, древнегреческая комедия и трагедия) выполнял не только развлекательную, но и мощную общественно-политическую функцию. Проанализируйте, как театральные представления могли влиять на межкультурный диалог и формирование общеэллинской идентичности в поликультурном пространстве древнегреческого мира. В ответе выделите не менее трёх аспектов. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Древнегреческий театр был важнейшим инструментом формирования единого культурного кода и площадкой для косвенного межкультурного диалога в условиях раздробленности на полисы. Его влияние можно проследить в нескольких аспектах: Общность мифологического фундамента, Обсуждение общеэллинских ценностей и проблем, Прямой политический и межполисный диалог в комедии.

						театр выступал в роли массового медиума, который через искусство транслировал общие культурные коды, ставил общеэллинские проблемы и в сатирической форме способствовал критическому осмыслению межполисных отношений, тем самым внося вклад в поддержание единства в условиях политического многообразия.
2	Формирование основ журналистики и рекламы в эпоху Средних веков и Возрождения	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция **ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными со-циальными группами по вопросам культурных осо-бенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкуль-турное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1, 2, 5.	1. В эпоху Средневековья и Возрождения происходило становление новых форм коммуникации. Установите соответствие между явлением и его характеристикой. Явление: А. Настенные летучие листки (Flugblätter). Б. Цеховые гербы и вывески. В. Avvisi (рукописные газеты). Г. Ксилографические лубки. Характеристика: 1) Ручные информационные бюллетени с коммерческими и политическими новостями, распространявшиеся в крупных европейских городах (например, в Венеции). 2) Крупные графические листы с иллюстрациями и текстом, часто сатирического или пропагандистского характера, вывешивавшиеся в публичных местах. 3) Система визуальной идентификации и рекламы мастерских, понятная неграмотному населению. 4) Первые печатные рекламные объявления, текст которых набирался шрифтом и мог тиражироваться. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=2, Б=3, В=1, Г=4. 2. Расположите следующие ключевые события в истории европейской коммуникации в правильной хронологической последовательности, от самого раннего к самому позднему.	1. Развитие торговли, городов и технологий в эпоху Средневековья и Возрождения породило новые коммуникационные практики. Установите соответствие между термином и его определением. Термин: А. Глашатай (town crier). Б. Ксилография. В. Привилегия. Г. Летучий листок. Определение: 1) Монопольное право, предоставляемое властями или цехом на занятие определенным ремеслом или торговлей в конкретном городе, что было ранней формой защиты бренда. 2) Официальное лицо, которое зачитывало новости, указы и рекламные объявления на улицах и площадях, выполняя функцию «живой газеты». 3) Техника гравирования по дереву, позволившая тиражировать изображения и комбинировать их с текстом для создания массовых листовок и лубков. 4) Прообраз газеты, одно- или двухстраничное печатное или рукописное издание, посвященное одному важному событию (победе, природному явлению, казни). КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=2, Б=3, В=1, Г=4. 2. Расположите следующие явления, связанные с развитием рекламы и

					1) Начало регулярного печатания первых газет (Relation, Aviso). 2) Широкое распространение в Европе рукописных новостных бюллетеней (Avvisi). 3) Появление первых печатных рекламных листков в Англии (к примеру, Уильяма Кэкстона). 4) Использование городскими глашатаями и герольдами для оглашения указов и коммерческих новостей. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 4, 2, 3, 1. 3. Появление и распространение в Европе печатного станка (изобретение Иоганна Гутенберга) считается революцией в сфере коммуникации. Проанализируйте, как книгопечатание повлияло на межкультурный диалог и формирование общекультурного пространства в Европе эпохи Возрождения. В ответе выделите не менее трёх аспектов. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Стандартизация и распространение знаний, Формирование интеллектуальных сообществ (Республика Писем), Демократизация доступа к информации и развитие национальных языков.	информации, в правильной хронологической последовательности их широкого распространения. 1) Массовый выпуск печатных листовок с рекламой товаров и книг. 2) Использование цеховых гербов и вывесок для обозначения ремесленных мастерских. 3) Деятельность информационных бюро (scrittorio d'avvisi), собирающих и продающих новости купцам и аристократам. 4) Появление первых печатных газет с фиксированным названием и периодичностью выхода. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2, 3, 1, 4. 3. Ярмарки и крупные торговые города позднего Средневековья (такие как Шампань, Венеция, Антверпен) были узлами международной коммуникации. Проанализируйте, как ярмарочная культура и деятельность первых информационных бюро (например, в Венеции) способствовали межкультурному диалогу и формированию общеевропейского информационного пространства. В ответе выделите не менее трёх аспектов. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Крупные ярмарки и торговые центры стали плавильным котлом для европейских культур и колыбелью будущих медиа, выполняя несколько ключевых коммуникационных функций: Перекресток информации, Институционализация сбора новостей, Формирование общего делового этоса и визуального языка.
3	Становление журналистики в Европе	УК-5. Способен воспринимать межкультурное	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные	2, 3, 4.	1. Расположите следующие ключевые события в истории европейской журналистики XVII–XVIII веков в правильной хронологической	1. Расположите следующие этапы развития европейской журналистики в правильной хронологической последовательности.

	XVII–XVIII вв.	разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	различия исторического наследия и культурные традиция **ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными со-циальными группами по вопросам культурных осо-бенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкуль-турное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах		последовательности, от самого раннего к самому позднему. 1) Начало издания газеты «The Spectator» Джозефом Аддисоном и Ричардом Стилом в Англии. 2) Выход в свет первой российской печатной газеты «Ведомости» по указу Петра I. 3) Появление первой в мире регулярной печатной газеты «Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien» в Страсбурге. 4) Начало издания энциклопедии Дени Дидро и Жана Лерона Д'Аламбера во Франции. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 3, 1, 2, 4. 2. Какое из перечисленных изданий стало образцом морально-воспитательной журналистики и способствовало формированию новой культуры публичных дискуссий в английском обществе XVIII века? 1) «Gazzetta di Mantova» 2) «The Spectator» 3) «La Gazette» 4) «The Times» КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2. 3. Какие из перечисленных характеристик в наибольшей степени способствовали тому, что французская «Энциклопедия» Дени Дидро и Жана Лерона Д'Аламбера стала мощным инструментом межкультурного диалога и трансляции новых идей в Европе XVIII века? (Выберите несколько вариантов ответа) 1) Ее публикация финансировалась лично королём Людовиком XV. 2) В её создании участвовали десятки авторов из	1) Возникновение первых ежедневных газет в Англии («The Daily Courant»). 2) Появление первых регулярных еженедельных газет в Германии и Нидерландах. 3) Расцвет политической журналистики и памфлетов во время Великой Французской революции. 4) Становение журналов как формы морально-воспитательной журналистики и формирования общественного мнения («The Tatler», «The Spectator»). КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2, 1, 4, 3. 2. Какое из перечисленных явлений XVII века заложило организационные основы для становления регулярной печатной журналистики как отрасли? 1) Создание системы почтовых дилижансов. 2) Формирование института государственной цензуры. 3) Деятельность информационных бюро (scrittorio d'avvisi) и профессиональных сборщиков новостей (нувеллистов). 4) Изобретение фотографии. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 3. 3. Какие из перечисленных факторов в наибольшей степени способствовали превращению журналистики XVIII века в транснациональное явление и инструмент межкультурного обмена? (Выберите несколько вариантов ответа) 1) Распространение практики перепечатки материалов из иностранных газет. 2) Ужесточение цензурных законов в большинстве европейских стран.

					разных стран («общество литераторов»). 3) Она была написана исключительно на латыни, языке международного научного общения. 4) Она систематизировала знания на основе рационализма и критики предрассудков. 5) Она открыто пропагандировала одну единственную и бесспорную точку зрения по каждому вопросу. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2, 4.	3) Деятельность таких фигур, как барон Гримм, чьё рукописное обозрение «Correspondance littéraire» распространялось среди монархов и интеллектуалов Европы. 4) Публикация «Энциклопедии» — свода знаний, созданного международным коллективом авторов. 5) Полный отказ от обсуждения религии и политики в периодических изданиях. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 3, 4.
4	Основные тенденции развития европейской журналистики и рекламы в XIX в.	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция **ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными со-циальными группами по вопросам культурных осо-бенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкуль-турное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1, 3, 4.	1. XIX век стал периодом профессионализации журналистики и рекламы. Установите соответствие между понятием и его определением. Понятие: А. Массовая «пенни-пресса» (penny press). Б. Рекламное агентство полного цикла. В. Модный журнал. Г. Блошиная реклама (full-page ad). Определение: 1) Рекламное объявление, занимающее целую полосу и насыщенное графическими элементами и текстом, популярное в конце XIX века. 2) Дешёвые газеты, ориентированные на широкого читателя, финансируемые за счёт рекламы и продажи больших тиражей. 3) Тип издания, способствовавший формированию массового потребительского вкуса и стандартов светской жизни. 4) Компания, которая не только размещала, но и разрабатывала стратегию, креатив и медиаплан для рекламных кампаний. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=2, Б=4, В=3, Г=1. 2. Какое из перечисленных явлений стало главным экономическим фактором, позволившим в XIX веке резко снизить цену газет и сделать их доступными для массовой аудитории?	1. Развитие технологий и общества в XIX веке коренным образом изменило медиаландшафт. Установите соответствие между явлением и его последствием для журналистики и рекламы. Явление: А. Изобретение ротационной печатной машины. Б. Создание телеграфа и новостных агентств (Reuters, ТАСС). В. Промышленная революция и рост городов. Г. Развитие фотографии. 1) Возникновение и рост влиятельности профессии «репортёр» как сборщика оперативной информации. 2) Резкое увеличение тиражей и скорости печати периодики, переход к массовому производству газет. 3) Появление массового рынка сбыта для branded-товаров и необходимость в рекламе, чтобы донести информацию о них до потребителя. 4) Повышение доверия аудитории к новостному контенту благодаря возможности документальной фиксации событий. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=2, Б=1, В=3, Г=4. 2. Какой фактор в первую очередь обусловил возникновение в XIX веке нового типа периодики — массовых иллюстрированных еженедельных

					1) Снижение налога на бумагу. 2) Отмена гербового сбора (налога на газеты). 3) Переход к финансированию изданий преимущественно за счёт рекламы, а не продажи. 4) Рост грамотности населения. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 3. 3. Какие из перечисленных тенденций в журналистике XIX века способствовали формированию национальной идентичности и унификации культурного пространства в рамках крупных европейских государств (таких как Германия или Италия)? (Выберите несколько вариантов ответа) 1) Стандартизация национального литературного языка через периодику. 2) Появление политических карикатур, мобилизующих общественное мнение на решение общенациональных задач. 3) Развитие телеграфных агентств (например, Reuters), обеспечивавших быстрое распространение новостей по всей стране. 4) Специализация изданий, появление узкопрофессиональных журналов для врачей и инженеров. 5) Проведение газетных кампаний по сбору средств на памятники национальным героям. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 2, 3, 5.	журналов (таких как «Illustrated London News»)? 1) Появление технологии торцовой гравюры на дереве (ксилографии), позволившей быстро и качественно тиражировать изображения вместе с текстом. 2) Рост интереса широкой публики к визуальному контенту. 3) Накопление капитала у издателей для инвестиций в дорогостоящие иллюстрации. 4) Снижение почтовых тарифов на пересылку периодики. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1. 3. Какие из перечисленных аспектов развития рекламы в XIX веке свидетельствуют о её растущем влиянии на формирование массовой культуры и стандартов потребления? (Выберите несколько вариантов ответа) 1) Использование в рекламе образцов «высокой культуры» и аристократического образа жизни для престижизации товаров. 2) Создание фирменных упаковок и логотипов, способствовавших узнаваемости брендов в национальном масштабе. 3) Появление патентованных медикаментов, продвигавшихся с помощью агрессивных рекламных кампаний с сомнительными обещаниями. 4) Начало использования психологических приёмов, апеллирующих не к разуму, а к эмоциям (страху, зависти, желанию быть «как все»). 5) Размещение рекламы только в специализированных деловых изданиях. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 2, 3, 4.
5	Зарубежная	УК-5. Способен	**ИУК-5.1.** Знает	2, 4, 5.	1. Расположите следующие ключевые события в	1. Расположите следующие явления, связанные

	журналистика и реклама в период с 1900-х до 1945 гг.	воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция **ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными со-циальными группами по вопросам культурных осо-бенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкуль-турное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах		истории зарубежной журналистики и рекламы первой половины XX века в правильной хронологической последовательности, от самого раннего к самому позднему. 1) Активное использование плакатов и листовок для вербовки солдат и мобилизации тыла в ходе Первой мировой войны. 2) Бурное развитие коммерческого радиовещания и появление первых радиорекламных роликов в США. 3) Массовое создание и распространение политических плакатов в СССР в рамках кампании «Окна РОСТА». 4) Использование нацистской Германией радио, киножурналов и печати для тотальной пропаганды и создания культа фюрера. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 3, 2, 4. 2. Какие из перечисленных факторов в наибольшей степени определили развитие и трансформацию зарубежной журналистики в период с 1900-х по 1945 годы? (Выберите несколько вариантов ответа). 1) Изобретение и массовое распространение телевидения. 2) Опыт ведения тотальной пропаганды и контрпропаганды в период двух мировых войн. 3) Прогресс в области полиграфии, позволивший удешевить печать и активно использовать иллюстрации. 4) Формирование и укрепление профессиональных этических стандартов и норм объективности (concept of objectivity) в редакциях. 5) Появление и быстрое развитие радиовещания как нового массового медиа. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2, 3, 5. 3. Период с 1900-х по 1945 гг. характеризуется расцветом государственной	с развитием рекламы и PR в первой половине XX века, в правильной хронологической последовательности. 1) Становление теории «общественных связей» (public relations) Эдварда Бернейса и проведение первых крупных PR-кампаний. 2) Расцвет искусства ар-деко в рекламных плакатах, прославляющих скорость, роскошь и технологический прогресс («золотые двадцатые»). 3) Развитие социальной рекламы, направленной на борьбу с болезнями и поддержку военных усилий (например, плакаты с «Дядей Сэмом»). 4) Кризис доверия к коммерческой рекламе и начало регулирования рекламной индустрии (например, создание Федеральной торговой комиссии в США). КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 3, 4, 1, 2. 2. Какие из перечисленных характеристик в наибольшей степени соответствуют модели пропагандистской журналистики, сложившейся в тоталитарных государствах Европы в 1930-1940-е годы? (Выберите несколько вариантов ответа). 1) Плюрализм мнений и обеспечение баланса точек зрения в материалах. 2) Жесткая цензура и государственный контроль над содержанием всех медиа. 3) Стремление к развлекательности и сенсационности как основной способ привлечения аудитории. 4) Подчинение СМИ единой идеологической доктрине и задачам государства. 5) Создание культа верховного лидера (фюрера, дуче) как центрального элемента всей пропаганды. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2, 3, 5.

					пропаганды, которая часто строилась на создании образа «внутреннего» и «внешнего врага». Проанализируйте, как пропагандистские механизмы в тоталитарных государствах (например, в нацистской Германии или фашистской Италии) использовали культурные и национальные различия для консолидации общества и разжигания ненависти. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Пропаганда в тоталитарных режимах целенаправленно манипулировала культурными различиями, чтобы создать сплоченное, но агрессивно настроенное общество: Конструирование псевдонаучной иерархии культур и рас, Создание образа козла отпущения (scapegoating) для объяснения социальных проблем, Эстетизация насилия и милитаризация культурного диалога.	3. В период Второй мировой войны воюющие стороны активно использовали радиопропаганду для воздействия как на население противника, так и на население оккупированных территорий (например, передачи Уильяма Джойса «Лорда Ха-Ха» для Великобритании или передачи Совинформбюро для стран Европы). Проанализируйте, как в таких радиопередачах использовались культурные коды, стереотипы и язык для разрушения морального духа противника и формирования лояльности среди союзников. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Радиопропаганда времен Второй мировой войны была тонким инструментом психологической войны, который виртуозно играл на культурных особенностях целевой аудитории: Использование «своего предателя» и языкового фактора, Апелляция к культурным и историческим травмам, Создание эмоционального контента для союзников и нейтральных стран.
6	Зарубежные СМИ и реклама в 1945–1990-е гг.	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция **ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными со-циальными группами по вопросам	1, 3, 4.	1. Период Холодной войны (1945–1990-е гг.) характеризовался идеологическим противостоянием, которое напрямую влияло на развитие СМИ. Установите соответствие между медиа-феноменом и моделью/концепцией, которую он олицетворяет. Модель / Концепция: А. Советская (авторитарная) модель прессы. Б. Рыночная (коммерческая) модель СМИ. В. Концепция «публичной сферы» (public sphere). Г. Идеологическое оружие и инструмент информационной войны. Медиа-феномен: 1) Телевизионные дуэли между кандидатами в президенты США (например, Кеннеди vs Никсон,	1. Развитие рекламы в период с 1945 по 1990-е годы прошло несколько этапов, каждый из которых характеризовался доминирующим творческим подходом. Установите соответствие между рекламной концепцией/слоганом и её основной характеристикой. Концепция / Слоган: А. «Уникальное торговое предложение» (УТП, Россер Ривз). Б. Слоган Apple «Think Different» (1997 г., но отражает тренд 80-90-х). В. «Творческая революция» в рекламе (Билл Бернбах, 1960-е). Г. Реклама, ориентированная на создание «стиля жизни» (LifeStyle, 1970-1980-е).

			культурных особенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкуль-турное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.		1960 г.). 2) Радио «Свободная Европа» / «Свобода», вещавшее на страны соцлагеря. 3) Газета «Правда» — официальный печатный орган ЦК КПСС. 4) Рекламные ролики в прайм-тайм на американском телевидении, спонсируемые крупными корпорациями (P&G, General Motors). КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=3, Б=4, В=1, Г=2. 2. Какое событие второй половины XX века стало ключевым рубежом, доказавшим возрастающую роль телевидения как глобального медиума, способного формировать общественное мнение в международном масштабе? 1) Запуск первого искусственного спутника Земли (СССР, 1957 г.) 2) Телетрансляция убийства Ли Харви Освальда (США, 1963 г.) 3) Телевизионные репортажи о войне во Вьетнаме (1960–1970-е гг.) 4) Премьера музыкального шоу «Top of the Pops» на BBC (Великобритания, 1964 г.) КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 3. 3. Какие из перечисленных явлений в рекламе и СМИ 1960–1980-х гг. можно считать прямым следствием или отражением процессов глобализации и попыткой вести межкультурный диалог? (Выберите несколько вариантов ответа). 1) Появление глобальных рекламных кампаний, использующих универсальные «западные» ценности (например, Coca-Cola). 2) Создание и рост популярности канала MTV, экспортировавшего англо-американскую поп-культуру по всему миру.	Основная характеристика: 1) Обращение к эмоциям, ценностям и образу жизни, а не к функционалу товара. 2) Прямое, рациональное утверждение уникального преимущества продукта, часто с подкреплением фактами. 3) Создание «образа марки» (brand image) через креатив, остроумие и художественное исполнение. 4) Позиционирование бренда как символа индивидуальности, нонконформизма и инноваций. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=2, Б=4, В=3, Г=1. 2. Какое медийное событие 1980-х годов наглядно продемонстрировало рождение глобального телевизионного новостного пространства, когда миллиарды людей по всему миру одновременно наблюдали за одним и тем же событием? 1) Прямой эфир со свадьбы принца Чарльза и леди Дианы Спенсер (1981 г.) 2) Трансляция концерта Live Aid из Лондона и Филадельфии (1985 г.) 3) Премьера мыльной оперы «Санта-Барбара» на советском телевидении (1992 г., но показана в 90-е) 4) Прямые репортажи CNN о войне в Заливе (1991 г.) КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2. 3. Какие из перечисленных феноменов в зарубежных СМИ периода Холодной войны способствовали не столько диалогу, сколько углублению раскола между культурами и формированию стереотипного восприятия «другого»? (Выберите несколько вариантов ответа).

					3) Развитие общественного вещания (BBC, PBS), ориентированного на внутреннего зрителя и национальные культурные задачи. 4) Практика «локализации» международных брендов, когда глобальная рекламная стратегия адаптируется под культурные особенности конкретной страны. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 2, 4.	1) Практика «охота на ведьм» и составление «черных списков» в голливудской киноиндустрии (1940–1950-е гг.). 2) Деятельность западных «радиоголосов» (Радио «Свобода», BBC World Service), целенаправленно вещавших через «железный занавес». 3) Показ в странах Запада советских художественных фильмов, отобранных для культурного обмена (например, фильмы Тарковского). 4) Пропагандистские кампании в прессе обеих сторон, представлявшие оппонента как «империю зла» или «безбожных тоталитаров». КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 2, 4.
7	Зарубежные СМИ и реклама в XXI в. Интернет и конвергенция медиа.	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция **ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными со-циальными группами по вопросам культурных осо-бенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкуль-турное разнообразие	1, 3, 4.	1. Современные медиа и реклама существуют в условиях цифровизации и глобализации. Установите соответствие между ключевым понятием медиасреды XXI века и его определением. Понятие: А. Конвергенция медиа. Б. Цифровой разрыв (digital divide). В. Нативная реклама. Г. Social Media Management. Определение: 1) Рекламная стратегия, при которой рекламное сообщение незаметно интегрируется в развлекательный или информационный контент (кино, сериалы, видеоблоги). 2) Слияние ранее различных медиаплатформ (телевидения, прессы, радио, интернета) и технологий в единые цифровые форматы, стирающее границы между ними. 3) Коммуникационная стратегия, направленная на формирование и поддержание диалога с целевой аудиторией в социальных сетях для повышения лояльности к бренду. 4) Социально-экономическое неравенство в возможностях доступа к современным	1. Рекламные и медийные стратегии в XXI веке активно используют возможности цифровой среды. Установите соответствие между современной рекламной и медийной практикой и ее описанием. Практика: А. Таргетированная реклама. Б. User-generated content (UGC) маркетинг. В. Трансмедийное сторителлинг. Г. Цифровой труд (digital labour). Описание: 1) Маркетинговая стратегия, побуждающая потребителей самостоятельно создавать контент, связанный с брендом, и распространять его в социальных сетях. 2) Реклама, которая показывается пользователю на основе анализа его цифрового следа: поисковых запросов, истории посещений страниц, интересов и демографии. 3) Процесс, когда рядовые пользователи Интернета добровольно и бесплатно выполняют задачи, которые традиционно решались paid-сотрудниками (например, модерация контента). 4) Техника повествования, при которой история раскрывается через разные медиаплатформы

			общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах		информационно-коммуникационным технологиям и их использования. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=3, Б=4, В=1, Г=2. 2. Какой из перечисленных факторов является ключевым вызовом для традиционных зарубежных СМИ (газет, телеканалов) в эпоху интернета и конвергенции? 1) Необходимость перехода исключительно на печатную версию для сохранения аудитории. 2) Усиление роли государственного регулирования контента во всех странах. 3) Фрагментация аудитории и жесткая конкуренция с пользовательским и нишевым контентом. 4) Полный отказ от рекламы как основного источника финансирования. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 3. 3. Какие из перечисленных явлений, характерных для медиасреды XXI века, способствуют межкультурному диалогу и преодолению стереотипов? (Выберите несколько вариантов ответа). 1) Алгоритмические ленты социальных сетей, формирующие «пузыри фильтров». 2) Производство и глобальный прокат телесериалов, созданных в одной стране, но популярных во всем мире (например, корейские дорамы, испанские «Каса де папель»). 3) Деятельность международных новостных сетей (например, BBC World, Al Jazeera). 4) Развитие нишевых онлайн-сообществ (форумов, пабликов), объединяющих людей по узкому интересу независимо от их национальности. 5) Таргетированная реклама, показывающая	(фильм, комикс, видеоигра, аккаунт в соцсетей), каждая из которых вносит свой уникальный вклад в сюжет. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А=2, Б=1, В=4, Г=3. 2. Что является главным следствием конвергенции медиа для потребителя информации? 1) Необходимость покупать отдельное техническое устройство для каждого типа контента (телевизор для новостей, радио для музыки). 2) Получение всего разнообразия контента (текст, видео, аудио, коммуникация) через единую точку доступа (смартфон, компьютер). 3) Полное исчезновение профессиональной журналистики и замена ее блогами. 4) Унификация культурного контента и исчезновение национальных особенностей в медиа. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2. 3. Какие из перечисленных аспектов современной цифровой медиасреды представляют наибольшую угрозу для конструктивного межкультурного диалога? (Выберите несколько вариантов ответа). 1) Распространение фейковых новостей и дезинформации, усиливающих социальную рознь. 2) Возможность быстрого перевода интерфейсов и контента с помощью ИИ. 3) Эхо-камеры и пузыри фильтров, которые изолируют пользователей в рамках одной точки зрения. 4) Глобализация платформ социальных сетей, позволяющая людям из разных стран легко общаться.

					пользователю только те товары, которые он, вероятно, захочет купить. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2, 3, 4.	5) Кибербуллинг и язык вражды в анонимных или слабо модернируемых сегментах интернета. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 3, 5.
8	Общие тенденции развития мировых СМИ и рекламы	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1.** Знает социальные и культурные различия исторического наследия и культурные традиция **ИУК-5.2.** Умеет взаимодействовать с различными со-циальными группами по вопросам культурных осо-бенностей и традиций **ИУК-5.3.** Владеет навыками воспринимать межкуль-турное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	2, 4, 5.	1. Расположите следующие этапы развития медиа в правильной хронологической последовательности, от самого раннего к самому позднему. 1) Массовое распространение регулярных печатных газет как коммерческого предприятия. 2) Доминирование телевидения как основного источника новостей и развлечения для семьи. 3) Появление и расцвет жанра пресс-релизов как инструмента связей с общественностью (PR). 4) Возникновение и массовизация социальных сетей как платформы для личного и новостного контента. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 3, 2, 4. 2. Какие из перечисленных факторов в наибольшей степени способствовали процессу глобализации мировых СМИ во второй половине XX – начале XXI века? (Выберите несколько вариантов ответа). 1) Создание и развитие глобальных спутниковых систем телевещания (например, CNN). 2) Ужесточение государственной цензуры в отдельных регионах мира. 3) Развитие трансконтинентальных рекламных сетей и глобальных брендов. 4) Массовый переход газет на ежедневный формат выпуска. 5) Возникновение и коммерциализация интернета. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 3, 5. 3. Одной из ключевых тенденций развития современных СМИ является их дигитализация (цифровизация) и переход в	1. Расположите следующие этапы в эволюции бизнес-моделей СМИ в правильной хронологической последовательности, от самого раннего к самому позднему. 1) Монетизация через таргетированную интернет-рекламу и продажу пользовательских данных. 2) Финансовая зависимость СМИ от патронажа государства или частных владельцев («газета-промоутер»). 3) Доминирование бизнес-модели, основанной на доходах от рекламы в массовых печатных изданиях и на ТВ. 4) Активное внедрение моделей платной подписки (digital paywalls) для онлайн-контента. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2, 3, 4, 1. 2. Какие из перечисленных глобальных тенденций в развитии СМИ представляют наибольшую угрозу для сохранения культурного разнообразия и национальной идентичности? (Выберите несколько вариантов ответа). 1) Концентрация медиасобственности в руках нескольких транснациональных корпораций. 2) Развитие общественных (публичных) телерадиокомпаний (например, BBC, NPR). 3) Стандартизация рекламных и новостных форматов под единый глобальный шаблон. 4) Возрождение местных гиперлокальных онлайн-СМИ. 5) Доминирование английского языка как лингва-франка в глобальных информационных потоках. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1, 3, 5.

					онлайн-среду. Проанализируйте, как эта тенденция влияет на межкультурный диалог в глобальном масштабе. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Дигитализация СМИ кардинально трансформировала межкультурный диалог, создав парадоксальную ситуацию с одновременным усилением как толерантности, так и конфликтности: Позитивное: Демократизация доступа к разнообразным голосам, Негативное: Фрагментация и формирование «эхо-камер», Противоречивое: Ускорение и «гибридизация» культур.	3. Одной из основных тенденций в современной рекламе является глокализация — адаптация глобальных рекламных кампаний под локальные культурные особенности. Проанализируйте, как стратегия глокализации влияет на межкультурный диалог и восприятие глобальных брендов в разных обществах. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Глокализация стала ответом глобальных корпораций на культурное разнообразие и представляет собой сложный инструмент межкультурной коммуникации: Культурный аспект: Демонстрация уважения и толерантности, Социальный аспект: Усиление стереотипов и «культурный ширпотреб», Экономический аспект: Создание гибридных идентичностей и новые рынки.

Критерии оценивания диагностической работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий
неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий