

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Рабочая программа дисциплины

Телевидение. Интернет как средство массовой информации

<i>Направление подготовки</i>	Журналистика
<i>Код</i>	42.03.02
<i>Направленность (профиль)</i>	Журналистика средств массовой коммуникации
<i>Квалификация выпускника</i>	Бакалавр

Москва
2025

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-5
Профессиональные	-	ПК-7

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-5	Способен участвовать в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий	ПК-5.1. Имеет представление об основных этапах производственного процесса по созданию медиатекста. ПК-5.2. Владеет навыками применения цифровых технологий в работе над журналистским текстом.
ПК-7	Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-7.1. Способен соблюдать приоритет общечеловеческих гуманистических ценностей перед групповыми в работе над журналистским текстом. ПК-7.2. Осознает профессию журналиста как деятельность повышенной социальной ответственности. ПК-7.3.Способен к рефлексии и эмпатии в отношении к героям публикаций. ПК-7.4.Знает общепринятые нормы морали и стандарты взаимоотношений и применяет их в создании журналистского текста.

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК -5		

	- основы техники и технологии СМИ; - основы вычислительной техники и компьютерного дизайна; - редакционную структуру электронного СМИ	- уметь производить мультимедийный продукт в соответствии с редакционными требованиями; - уметь готовить текстовый материал в соответствии с нормативами, установленными редакцией (специфика электронного СМИ); - использовать редакционные технические средства при создании электронных продуктов	- навыками производства мультимедийного продукта; - навыками использования программных редакционных средств; - навыками применения знаний в области вычислительной техники и компьютерного дизайна
Код компетенции	ПК-7		
	- этические основы журналистской деятельности; - психологические основы (возможного) восприятия мультимедийной продукции различных жанров	- учитывать потенциальные риски в процессе производства электронной продукции; учитывать искусствоведческие особенности в процессе производства мультимедийной продукции	- навыками применения этических основ в журналистской деятельности; - навыками прогнозирования развития мультимедийной продукции с учётом журналистского мастерства

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Особенности работы конвергентной редакции», «Жанры и форматы современного телевидения и радиовещания», «Технология производства видео и аудиоконтента в новых медиа», «Методика получения и проверки информации (фактчекинг)», «Психология журналистского общения».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский, редакторский.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Журналистика средств массовой коммуникации.

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формы обучения</i>			
	<i>Очная</i>	<i>Очно-заочная</i>	<i>Заочная</i>	<i>Заочная с применением ДОТ</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	3/108	3/108	3/108	3/108
Контактная работа:				
Занятия лекционного типа	20	8	4	2
Занятия семинарского типа	40	8	8	2
Промежуточная аттестация: экзамен	21	54	9	9
Самостоятельная работа (СРС)	27	38	87	95

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самост оятельн ая работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практи ческие занятия	Семи нары	Лабор аторн ые раб.	Иные заняти я	
1.	Место и роль телевидения и Интернета в системе средств массовой коммуникации	2						2
2.	Средства массовой информации как системный объект				4			2
3.	Общественные функции телевидения и Интернета	2						2
4.	Функции Интернета и телевидения в условиях глобализации и конвергенции				5			2
5.	Работа Интернет- и тележурналиста. Основы методики	4						2
6.	Телевидение и Интернет в контексте социальной				4			1

	деятельности							
7.	Выразительные средства Интернета и телевидения	2						1
8.	Видовая дифференциация телевидения и Интернета				5			1
9.	Организационные структуры телевидения и Интернета, основы программирования	2						1
10.	Тенденции развития Интернета и телевидения				5			2
11.	Этика и эстетика телевидения и Интернета. Правовые и профессионально-этические ориентиры	2						1
12.	Системные качества телевидения и Интернета				5			2
13.	Теле- и Интернет-аудитория, методы ее изучения	2						1
14.	Типология Интернета и телевидения как СМИ в российских условиях				6			2
15.	Компоненты телевизионной и Интернет образности	2						1
16.	Специфика распространения в России Интернета и телевидения				6			2
17.	Теория и практика телевидения и Интернета: взаимодействие и взаимовоздействие	2						2
	Промежуточная аттестация	21						
	Итого	20			40			27

6.1.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самост оательн ая работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практи ческие занятия	Семи нары	Лабора торн ые раб.	Иные заняти я	
1.	Место и роль телевидения и Интернета в системе средств массовой коммуникации	1						2
2.	Средства массовой информации как системный объект				1			2
3.	Общественные функции телевидения и Интернета	1						2
4.	Функции Интернета и телевидения в условиях глобализации и конвергенции				1			2
5.	Работа Интернет- и тележурналиста. Основы методики	1						2
6.	Телевидение и Интернет в контексте социальной деятельности				1			2
7.	Выразительные средства Интернета и телевидения							2
8.	Видовая дифференциация телевидения и Интернета				1			2
9.	Организационные структуры телевидения и Интернета, основы программирования	1						4
10.	Тенденции развития Интернета и телевидения				1			2
11.	Этика и эстетика телевидения и Интернета. Правовые и	1						4

	профессионально-этические ориентиры							
12.	Системные качества телевидения и Интернета				1			2
13.	Теле- и Интернет-аудитория, методы ее изучения	1						2
14.	Типология Интернета и телевидения как СМИ в российских условиях				1			2
15.	Компоненты телевизионной и Интернет образности	1						2
16.	Специфика распространения в России Интернета и телевидения				1			2
17.	Теория и практика телевидения и Интернета: взаимодействие и взаимовоздействие	1						2
	Промежуточная аттестация	54						
	Итого	8			8			38

6.1.3. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)							Самост оательн ая работа
		Контактная работа							
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа					
		Лекции	Иные учебные занятия	Практи ческие занятия	Семи нары	Лабор аторн ые раб.	Иные заняти я		
1.	Место и роль телевидения и Интернета в системе средств массовой коммуникации	1			1				5
2.	Средства массовой информации как системный объект								5
3.	Общественные функции телевидения и								6

	Интернета							
4.	Функции Интернета и телевидения в условиях глобализации и конвергенции				1			5
5.	Работа Интернет- и тележурналиста. Основы методики							5
6.	Телевидение и Интернет в контексте социальной деятельности	1			1			5
7.	Выразительные средства Интернета и телевидения							5
8.	Видовая дифференциация телевидения и Интернета							5
9.	Организационные структуры телевидения и Интернета, основы программирования	1			1			5
10.	Тенденции развития Интернета и телевидения							5
11.	Этика и эстетика телевидения и Интернета. Правовые и профессионально-этические ориентиры	1			1			5
12.	Системные качества телевидения и Интернета							6
13.	Теле- и Интернет-аудитория, методы ее изучения				1			5
14.	Типология Интернета и телевидения как СМИ в российских условиях				1			5
15.	Компоненты телевизионной и Интернет образности							5
16.	Специфика распространения в России Интернета и телевидения				1			5

17.	Теория и практика телевидения и Интернета: взаимодействие и взаимовоздействие							5
	Промежуточная аттестация	9						
	Итого	4			8			87

6.1.4. Заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практи ческие занятия	Семи нары	Лабор аторн ые раб.	Иные заняти я	
1.	Место и роль телевидения и Интернета в системе средств массовой коммуникации	0,5						5
2.	Средства массовой информации как системный объект							5
3.	Общественные функции телевидения и Интернета							6
4.	Функции Интернета и телевидения в условиях глобализации и конвергенции							5
5.	Работа Интернет- и тележурналиста. Основы методики							5
6.	Телевидение и Интернет в контексте социальной деятельности	0,5						5
7.	Выразительные средства Интернета и телевидения							5
8.	Видовая дифференциация телевидения и Интернета							5
9.	Организационные структуры телевидения и Интернета, основы программирования	0,5						5
10.	Тенденции развития							5

	Интернета и телевидения							
11.	Этика и эстетика телевидения и Интернета. Правовые и профессионально-этические ориентиры	0,5			1			5
12.	Системные качества телевидения и Интернета							6
13.	Теле- и Интернет-аудитория, методы ее изучения				1			5
14.	Типология Интернета и телевидения как СМИ в российских условиях							5
15.	Компоненты телевизионной и Интернет образности							7
16.	Специфика распространения в России Интернета и телевидения							8
17.	Теория и практика телевидения и Интернета: взаимодействие и взаимовоздействие							8
	Промежуточная аттестация	9						
	Итого	2			2			95

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.2. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Место и роль телевидения и Интернета в системе средств массовой коммуникации	Современное состояние телевидения и Интернета. Роль и место телевидения и Интернета в современном обществе. Телевидение и Интернет в системе современных каналов коммуникации. Телевидение/Интернет и пресса. Телевидение/Интернет и радио. Телевидение и Интернет. Современные функции телевидения и Интернета. Приоритет информационной, коммуникативной,

		рекламной функций, а также функции формирования и выражения общественного мнения. Специфика развития современного телевидения и Интернета: эстетические, экономические, технологические основы
2.	Общественные функции телевидения и Интернета	Ключевые функции телевидения и Интернета. Культурно-просветительская функция. Интегративная функция. Социально-педагогическая или управленческая функция. Организаторская функция. Образовательная функция. Рекреативная функция. Информационно-развлекательный дуализм.
3.	Работа Интернет- и тележурналиста. Основы методики	Индивидуальная организация труда Интернет- и тележурналиста: личный архив, словари. Особенности работы в объективе камеры. Индивидуальный стиль Интернет- и тележурналиста. Взаимодействие с аудиторией в процессе коммуникации.
4.	Выразительные средства Интернета и телевидения	Роль монтажа в формировании визуально-звуковой среды в среде Интернета и телевидении. Виды монтажа: линейный монтаж, параллельный монтаж, акустический коллаж, визуальный монтаж.
5.	Организационные структуры телевидения и Интернета, основы программирования	Организация вещательного дня (утренние, дневные, вечерние, ночные блоки, передачи выходного дня). Многообразие рубрик и программ. Сочетание в программе различных видов вещания (информационное, публицистическое, детское и молодежное, художественное), форм передач, жанров. Структура коммерческого информационно-развлекательного канала/ресурса и принципы программирования. Тенденции программирования. Горизонтальное и вертикальное планирование.
6.	Этика и эстетика телевидения и Интернета. Правовые и профессионально-этические ориентиры	Этический кодекс журналиста. Подача информации, свободный обмен мнениями, присутствие разных вариантов мнений, точек зрения, знаний. Исключение манипулирования общественным мнением, поддержание свободы слова, неангажированность, разграничение журналистики и PR. Телевидение и Интернет как искусство.
7.	Теле- и Интернет-аудитория, методы ее изучения	Формы и методы изучения аудитории телевидения и Интернета: анализ почты, опросы (анкеты, интервью), наблюдение, контент-анализ, аудиометрия и др. Рейтинг передачи. Специфика функционирования ресурсов, занимающихся анализом

		аудитории СМИ.
8.	Компоненты телевизионной и Интернет образности	Слово на телеэкране и в глобальной сети. Уровни телевизионной речи: прочтение написанного, устное произнесение информации, – комментирование, беседа, интервью, ток-шоу. Звуковое оформление передач. Важнейший компонент телевизионного аудиовизуального образа – звук.
9.	Теория и практика телевидения и Интернета: взаимодействие и взаимовоздействие	Три уровня изучения процессов, происходящих сегодня на телевидении и в сети Интернет: экспериментально-эмпирический (накопление фактического материала (просмотр конкретных телепрограмм и медиа-ресурсов, изучение опыта создания передач); теоретический (создание системы научного знания, включающей в себя совокупность накопленного фактического материала, разработка методов исследования) и мировоззренческо-методологический (определение роли и места телевидения в системе социальных отношений исследование влияния телевидения и Интернета на формирование общественного сознания).

6.2.3. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Средства массовой информации как системный объект	1. Система СМИ и ее среда. 2. Особенности различных аудиторных групп, их потребностей как фактор формирования системы СМИ. 3. Основные типы универсальных по тематике изданий и телерадиопрограмм. 4. Структура специализированных по тематике СМИ.
2.	Функции Интернета и телевидения в условиях глобализации и конвергенции	1. Функции Интернета и телевидения, отражение этих функций в их структуре. 2. Информационные, аналитические, культурно-просветительные, развлекательные, организационно-коммуникативные и др. функции СМИ и их влияние на структуру массмедиа.
3.	Телевидение и Интернет в контексте социальной деятельности	1. Влияние видов социальной деятельности на характер редакционного процесса в условиях телевидения и Интернета. 2. СМИ и практическая деятельность

		(производство, распределение, потребление). 3. СМИ и духовная деятельность (наука, литература, искусство). 4. Массовые и качественные издания и программы.
4.	Видовая дифференциация телевидения и Интернета	1. Общественно-политические, деловые, экономические литературно-художественные, научные, производственно-технические, торговые, рекламные и другие СМИ в среде Интернет и на телевидении. 2. Влияние форм собственности на структуру СМИ. Инвестиционные и рекламные СМИ. 3. Влияние платежеспособного спроса населения на структуру СМИ (подписка, розница, абонентная плата и др.). 4. Процессы концентрации и монополизации в системе СМИ. 5. Медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества в системе СМИ.
5.	Тенденции развития Интернета и телевидения	1. Развитие электронных, в том числе телевизионных, СМИ как ведущая тенденция медиасистемы. 2. Формирование новой информационной среды. 3. Понятие о мобильном обществе. 4. Развитие современных информационных и коммуникационных технологий и перспективы преобразования системы СМИ.
6.	Системные качества телевидения и Интернета	1. Системные качества телевидения и Интернета. 2. Дифференциация телевидения и Интернета по характеру аудитории: общероссийское, региональное, местное. 3. Предметно-тематическая дифференциация: универсальное и специализированное. 4. По целевому назначению: информационное, аналитическое (расследовательское), развлекательное и др. 5. По способу трансляции: эфирное, спутниковое, кабельное, кассетное. 6. По формам собственности и способам финансирования: государственное, государственно-общественное, частное.
7.	Типология Интернета и телевидения как СМИ в российских условиях	1. Типология телевидения и Интернета как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ. 2. Типоформирующие факторы СМИ. 3. Влияние на структуру СМИ политико-

		экономических факторов, характера аудитории, предметно-тематических и функционально-целевых характеристик. 4. Модели СМИ.
8.	Специфика распространения в России Интернета и телевидения	1. Типы информационных агентств и специфика их продукции. 2. Универсальные и специализированные общероссийские агентства. 3. Региональные агентства и характер их развития. 4. Особенности распространения в России цифрового телевидения. 5. Сетевые СМИ. Видео, аудио, CD, мобильные медиа. Сайты, порталы, блоги

6.2.4. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Место и роль телевидения и Интернета в системе средств массовой коммуникации	Современное состояние телевидения и Интернета. Роль и место телевидения и Интернета в современном обществе. Телевидение и Интернет в системе современных каналов коммуникации. Телевидение/Интернет и пресса. Телевидение/Интернет и радио. Телевидение и Интернет. Современные функции телевидения и Интернета. Приоритет информационной, коммуникативной, рекламной функций, а также функции формирования и выражения общественного мнения. Специфика развития современного телевидения и Интернета: эстетические, экономические, технологические основы
2.	Средства массовой информации как системный объект	Система СМИ и ее среда. Особенности различных аудиторных групп, их потребностей как фактор формирования системы СМИ. Основные типы универсальных по тематике изданий и телерадиопрограмм. Структура специализированных по тематике СМИ.
3.	Общественные функции телевидения и Интернета	Ключевые функции телевидения и Интернета. Культурно-просветительская функция. Интегративная функция. Социально-педагогическая или управленческая функция. Организаторская функция. Образовательная функция. Рекреативная функция. Информационно-развлекательный дуализм.
4.	Функции Интернета и телевидения в условиях глобализации и	Функции Интернета и телевидения, отражение этих функций в их структуре.

	конвергенции	Информационные, аналитические, культурно-просветительные, развлекательные, организационно-коммуникативные и др. функции СМИ и их влияние на структуру массмедиа.
5.	Работа Интернет- и тележурналиста. Основы методики	Индивидуальная организация труда Интернет- и тележурналиста: личный архив, словари. Особенности работы в объективе камеры. Индивидуальный стиль Интернет- и тележурналиста. Взаимодействие с аудиторией в процессе коммуникации.
6.	Телевидение и Интернет в контексте социальной деятельности	Влияние видов социальной деятельности на характер редакционного процесса в условиях телевидения и Интернета. СМИ и практическая деятельность (производство, распределение, потребление). СМИ и духовная деятельность (наука, литература, искусство). Массовые и качественные издания и программы.
7.	Выразительные средства Интернета и телевидения	Роль монтажа в формировании визуально-звуковой среды в среде Интернета и телевидении. Виды монтажа: линейный монтаж, параллельный монтаж, акустический коллаж, визуальный монтаж.
8.	Видовая дифференциация телевидения и Интернета	Общественно-политические, деловые, экономические, литературно-художественные, научные, производственно-технические, торговые, рекламные и другие СМИ в среде Интернет и на телевидении. Влияние форм собственности на структуру СМИ. Инвестиционные и рекламные СМИ. Влияние платежеспособного спроса населения на структуру СМИ (подписка, розница, абонентная плата и др.). Процессы концентрации и монополизации в системе СМИ. Медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества в системе СМИ.
9.	Организационные структуры телевидения и Интернета, основы программирования	Организация вещательного дня (утренние, дневные, вечерние, ночные блоки, передачи выходного дня). Многообразие рубрик и программ. Сочетание в программе различных видов вещания (информационное, публицистическое, детское и молодежное, художественное), форм передач, жанров. Структура коммерческого информационно-развлекательного канала/ресурса и принципы программирования. Тенденции программирования. Горизонтальное и вертикальное планирование.
10.	Тенденции развития Интернета и	Развитие электронных, в том числе

	телевидения	телевизионных, СМИ как ведущая тенденция медиасистемы. Формирование новой информационной среды. Понятие о мобильном обществе. Развитие современных информационных и коммуникационных технологий и перспективы преобразования системы СМИ.
11.	Этика и эстетика телевидения и Интернета. Правовые и профессионально-этические ориентиры	Этический кодекс журналиста. Подача информации, свободный обмен мнениями, присутствие разных вариантов мнений, точек зрения, знаний. Исключение манипулирования общественным мнением, поддержание свободы слова, неангажированность, разграничение журналистики и PR. Телевидение и Интернет как искусство.
12.	Системные качества телевидения и Интернета	Системные качества телевидения и Интернета. Дифференциация телевидения и Интернета по характеру аудитории: общероссийское, региональное, местное. Предметно-тематическая дифференциация: универсальное и специализированное. По целевому назначению: информационное, аналитические (расследовательское), развлекательное и др. По способу трансляции: эфирное, спутниковое, кабельное, кассетное. По формам собственности и способам финансирования: государственное, государственно-общественное, частное.
13.	Теле- и Интернет-аудитория, методы ее изучения	Формы и методы изучения аудитории телевидения и Интернета: анализ почты, опросы (анкеты, интервью), наблюдение, контент-анализ, аудиометрия и др. Рейтинг передачи. Специфика функционирования ресурсов, занимающихся анализом аудитории СМИ.
14.	Типология Интернета и телевидения как СМИ в российских условиях	Типология телевидения и Интернета как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ. Типоформирующие факторы СМИ. Влияние на структуру СМИ политико-экономических факторов, характера аудитории, предметно-тематических и функционально-целевых характеристик. Модели СМИ.
15.	Компоненты телевизионной и Интернет образности	Слово на телеэкране и в глобальной сети. Уровни телевизионной речи: прочтение написанного, устное произнесение информации, – комментирование, беседа, интервью, ток-шоу. Звуковое оформление передач. Важнейший компонент телевизионного аудиовизуального образа –

		звук.
16.	Специфика распространения в России Интернета и телевидения	Типы информационных агентств и специфика их продукции. Универсальные и специализированные общероссийские агентства. Региональные агентства и характер их развития. Особенности распространения в России цифрового телевидения. Сетевые СМИ. Видео, аудио, CD, мобильные медиа. Сайты, порталы, блоги
17.	Теория и практика телевидения и Интернета: взаимодействие и взаимовоздействие	Три уровня изучения процессов, происходящих сегодня на телевидении и в сети Интернет: экспериментально-эмпирический (накопление фактического материала (просмотр конкретных телепрограмм и медиа-ресурсов, изучение опыта создания передач); теоретический (создание системы научного знания, включающей в себя совокупность накопленного фактического материала, разработка методов исследования) и мировоззренческо-методологический (определение роли и места телевидения в системе социальных отношений исследование влияния телевидения и Интернета на формирование общественного сознания).

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

7.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Место и роль телевидения и Интернета в системе средств массовой коммуникации	Опрос, исследовательский проект, тестирование, творческий проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.

2.	Общественные функции телевидения и Интернета	Опрос, информационный проект, тестирование, творческий проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
3.	Работа Интернет- и тележурналиста. Основы методики	Опрос, информационный проект, тестирование, творческий проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
4.	Выразительные средства Интернета и телевидения	Опрос, тестирование, творческий проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
5.	Организационные структуры телевидения и Интернета, основы программирования	Опрос, исследовательский проект, тестирование, творческий проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
6.	Этика и эстетика телевидения и Интернета. Правовые и профессионально-этические ориентиры	Опрос, тестирование, информационный проект, творческий проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
7.	Теле- и Интернет-аудитория, методы ее изучения	Опрос, проблемно-аналитические задания, тестирование, задание к интерактивному занятию, творческий проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
8.	Компоненты телевизионной и Интернет образности	Опрос, тестирование, творческий проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
9.	Теория и практика телевидения и Интернета: взаимодействие и взаимовоздействие	Опрос, тестирование, творческий проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.

7.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Типовые вопросы

1. Определение и особенности теле- и интернет-журналистики.
2. Современные информационные ресурсы сети Интернет: веб-сайты, блоги, форумы, чаты, мессенджеры, электронные магазины, социальные сети.
3. История развития телевидения, всемирной сети Интернет и ее российского сегмента (Рунет).
4. Процесс и технологии подготовки материалов для телевизионного и сетевого

издания.

5. Специфика функционирования YouTube-канала.
6. Мультимедийный контент.
7. Веб-технологии журналистики.
8. Свойства веб-публикаций: интерактивность, персональный подход, инфоцентричность, мгновенность, измеримость, гибкость, взаимосвязанность, экономичность.
9. Контент, сгенерированный пользователем сети.
10. Социальные сети, их типы и разновидности.
11. Общение в виртуальном пространстве.
12. Мотивация общения в социальных сетях.
13. Профессиональные интернет-СМИ и «гражданская журналистика».
14. Гражданские медиа.
15. Контент, создаваемый пользователями.
16. Блоги. Мобильные блоги.
17. Специфика функционирования «Википедии».
18. Виды актуальной для журналиста информации в сети Интернет и на телевидении.
19. Базы данных в сети Интернет.
20. Механизмы поиска информации в сети Интернет, синтаксис поисковых запросов.
21. Работа с экспертами, планирование поиска информации.
22. Проверка корректности и допустимости найденной информации для дальнейшей работы.
23. Планирование и выполнение поиска информации в сети Интернет по заданной тематике.
24. Работа с поисковыми системами и синтаксисом языка запросов поисковых систем.
25. Многокритериальная проверка информации, полученной в результате поиска.

Типовые проблемно-аналитические задания

А) Современные информационные ресурсы сети Интернет. Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Современные информационные ресурсы сети Интернет: веб-сайты, блоги, форумы, чаты, мессенджеры, электронные магазины, социальные сети.
2. Ведение YouTube-канала.
3. Мультимедийный контент.
4. Веб-технологии журналистики.
5. Свойства веб-публикаций: интерактивность, персональный подход, инфоцентричность, мгновенность, измеримость, гибкость, взаимосвязанность, экономичность.

Б) Интернет - СМИ и социальные сети. Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Контент, сгенерированный пользователем сети.
2. Социальные сети, их типы и разновидности.
3. Общение в виртуальном пространстве.
4. Мотивация общения в социальных сетях.
5. Профессиональные интернет-СМИ и «гражданская журналистика».

В) Популярные механизмы поиска информации в сети Интернет. Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов и выполнить задания.

1. Виды актуальной для журналиста информации в сети Интернет.

2. Базы данных в сети Интернет.
3. Механизмы поиска информации в сети Интернет, синтаксис поисковых запросов.
4. Работа с экспертами, планирование поиска информации.
5. Проверка корректности и допустимости найденной информации для дальнейшей работы.
6. Планирование и выполнение поиска информации в сети Интернет по заданной тематике.
7. Работа с поисковыми системами и синтаксисом языка запросов поисковых систем.
8. Многокритериальная проверка информации, полученной в результате поиска.

Г) Профессия журналиста в Интернет–СМИ. Создание собственного PR продукта для Интернет-СМИ с применением информации и материала, полученных самостоятельно.

Д) Профессия журналиста в Интернет–СМИ. Создание собственного блога для Интернет-СМИ.

Темы исследовательских и информационных проектов

Подготовка исследовательских проектов по темам:

1. Язык и стиль телепередач московских радиостанций (по выбору студента).
2. Работа журналиста. Прямой эфир на телевидении и в среде Интернет.
3. Проблемы коммерциализации Интернет- и телеэфира.
4. Репортер на событии: подготовка к передаче в записи.
5. Речевое общение Интернет- и тележурналистов. Практические рекомендации.
6. Монтаж и его роль в структурировании материала.
7. Работа репортера в экстремальных условиях.
8. Авторские программы и рубрики. Специфика подготовки и реализации.
9. Работа Интернет- и тележурналиста в пресс-службе.
10. Интерактивные программы на современном телевидении и в среде глобальной сети. Их функции и структура.

Информационный проект

Подготовьте информационный проект (презентацию) по теме:

1. Правовые и этические принципы работы Интернет- и тележурналиста.
2. Внедрение новейших технологий в Интернет- и телевизионные СМИ, тенденции развития.
3. Индивидуальная организация труда Интернет- и тележурналиста.
4. Общая характеристика выразительных средств Интернет- и тележурналистики.
5. Эффективный менеджмент в современной Интернет- и тележурналистике.
6. Формообразующие средства Интернет- и тележурналистики.
7. Реклама: основные тенденции развития в среде Интернет и на телевидении.
8. Особенности программирования на государственном и коммерческом телевизионном канале.
9. Стилизирующие средства Интернет- и тележурналистики.
10. Современное коммерческое телевидение и функционирование электронного медиа-ресурса. Тенденции развития.

Творческое задание (эссе)

Напишите эссе по теме:

1. Особенности работы обозревателя и комментатора в условиях конвергентной журналистики.
2. Разновидности общения с людьми: интервьюер, модератор, шоумен.
3. Требования к ведущим развлекательных и игровых программ и медиа-ресурсов.
4. Специфика работы ведущего информационных программ.
5. Роль редактора на телевидении и в Интернет-СМИ.
6. Телевещание в системе СМИ.
7. Организационные структуры информационно-музыкальных телеканалов. Принципы их программирования.
8. Функции Интернет-СМИ.
9. Специфика работы ведущего на интернет-телевидении.
10. Понятие «аудитория СМИ». Особенности контакта журналиста и аудитории.

Типовые задания к интерактивному занятию

Сравнительный анализ в форме диспута

Необходимо провести знакомство с информационными ресурсами сети Интернет (на выбор 3 ресурса). Определить тип информационного ресурса, в сравнении охарактеризовать структуру ресурса и его разделы, указать примерную периодичность обновления каждого раздела, предназначение информационного ресурса и его наполнение контентом. Указать возможность и условия заимствования представленного материала для профессиональной деятельности. По каждому ресурсу результат представить в виде небольшой справки.

Подготовка и проведение диспут-игры

Диспут-игра по теме – креативный подход в производстве журналистского материала.

Используя возможности сети Интернет, подготовить публикацию PR продукта для телевизионного и Интернет-СМИ по выбранной студентом проблематике. Провести сравнительный анализ.

Самостоятельно подготовить авторский материал для интернет-СМИ и телеканала.

Типовые тесты

1. Назовите социолога и философа, который первым ввел в 1965-ом году термин «гипертекст». Укажите фамилию с большой буквы без инициалов.

Ответ: Нельсон.

2. Укажите, какие печатные издания могут считаться примерами неэлектронного гипертекста. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Энциклопедия.
- Б. Учебник.
- В. Инструкция.

- Г. Плакат.
- Д. Некоторые религиозные тексты (например, Библия).
- Е. Некоторые художественные произведения («Улисс», «Игра в классики»).
- Ж. Театральная программка.

Ответ: А, В, Д, Е.

3. Назовите термин, которые определяют выделенный фрагмент веб-документа, позволяющий переходить к другому документу, содержащему связанную информацию. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: гиперссылка.

4. Назовите термин, определяющий текст, устроенный таким образом, что он превращается в систему, иерархию текстов, одновременно составляя единство и множество разных текстов. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: гипертекст.

5. Назовите свойство, которое становится основой для нелинейного восприятия гипертекста. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: фрагментарность.

6. Назовите свойство гипертекста, которое отвечает за формирование трехмерного информационного пространства. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: нелинейность.

7. Чем объясняется вариативность понимания гипертекста? Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Гипертекст бесконечен, его нельзя прочесть целиком
- Б. У разных пользователей разные способности к восприятию гипертекста
- В. Гипертекст позволяет воспринимать информацию в том порядке и с той скоростью, какие каждый определяет сам
- Г. Для восприятия гипертекста требуются специальные технические знания.

Ответ: А, В.

8. Назовите свойство гипертекста, которым обозначается возможность применять все средства воздействия на пользователя: текст, звук, видео и т.д. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: разнородность.

9. Назовите свойство гипертекста, которым обозначается возможность для пользователя участвовать в создании этого текста. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: интерактивность.

10. Как называется гиперссылка, ведущая на файл, расположенный на этом же сайте? Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: внутренняя.

11. Как называется гиперссылка, ведущая на файл, расположенный вне этого сайта? Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: внешняя.

12. Назовите термин, который означает совмещение каналов передачи информации, задействующих все органы чувств человека. Назовите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: мультимедиа.

13. Укажите, какие из перечисленных свойств можно отнести к интернет СМИ. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Технологичность
- Б. Гипертекстуальность
- В. Мультимедийность
- Г. Непосредственность
- Д. Персонафицированность
- Е. Интерактивность

Ответ: Б, В, Е.

14. Какое свойство интернет СМИ дает им возможность вступить в контакт с аудиторией, узнать ее потребности и удовлетворить информационные запросы? Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: интерактивность.

15. Назовите термин, которым определяют ареал распространения Интернет СМИ. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: трансграничность.

16. Назовите знаменитого американского предпринимателя и изобретателя, чья идея создания мультимедийного коммерческого продукта на основе музейной базы данных была реализована еще в 80е годы. Напишите фамилию с большой буквы без имени и инициалов

Ответ: Гейтс.

17. Назовите интерактивный мультимедийный формат, впервые использованный в 2012 году журналистами газеты «The New York Times» для рассказа о сноубордистах-экстремалах, попавших под лавину. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: лонгрид.

18. Назовите один из графических способов подачи информации, позволяющий показать развитие события во времени. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: таймлайн

19. Укажите, какие из перечисленных мультимедийных форматов являются текстовыми. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А) Бот
- Б) Дебаты
- В) Карточки
- Г) Подборка цитат
- Д) Гифка

Ответ: Б, В, Г

20. Укажите, какие из перечисленных мультимедийных форматов являются интерактивными. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Бот
- Б. Карточки
- В. Календарь
- Г. Линейный график
- Д. Голосование

Ответ: А, В, Д.

21. Как называется радиопередача, которую можно прослушивать по запросу на разных медийных площадках? Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: подкаст.

22. Назовите мультимедийный формат, который объединяет интерактивный маршрут со слайдшоу, текстом, гиперссылками, видеофрагментами. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: сторимэп.

23. Как называется короткая фраза, картинка, образ с пародийным, сатирическим содержанием, которая вирусным образом распространяется в сети и может быть использована в журналистском материале для ироничной иллюстрации актуальности темы. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: мем.

24. Укажите, какие из перечисленных мультимедийных форматов относятся к инфографике. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Блок-схема
- Б. Диаграмма Венна
- В. Аудиослайдшоу
- Г. Видеотрансляция
- Д. Столбиковая диаграмма

Ответ: А, Б, Д.

25. Назовите мультимедийный формат, представляющий собой видеозапись происходящего на экране компьютера с возможным закадровым комментарием. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: скринкаст.

26. Назовите микроформат, который позволяет визуально передать желаемое высказывание и представляет собой короткую движущуюся картинку. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: гифка.

27. Укажите, какие из перечисленных мультимедийных форматов относятся к изобразительным. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Викторина
- Б. Комикс
- В. Кроссворд
- Г. Карикатура
- Д. Слайдшоу

Ответ: Б, Г, Д.

28. Укажите, какие из перечисленных мультимедийных форматов относятся к текстовым. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Краудсорсная карта
- Б. Расписание
- В. Гигапиксель
- Г. Подборка ссылок
- Д. Словарик

Ответ: Б, Г, Д.

29. Назовите мультимедийный формат, который позволяет автоматизировать общение с пользователями, например, отвечать на типовые вопросы. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: бот.

30. Назовите мультимедийный формат, который относится к группе изобразительных и представляет собой несколько фотографий, расположенных рядом и создающих законченную композицию. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: коллаж.

31. Назовите жанр, который считается королем телевизионных жанров, т.к. более всего отвечает специфике телевидения как СМИ. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: репортаж.

32. Назовите жанр разговорной телевизионной программы, в которой несколько человек обсуждают предложенную ведущим тему в присутствии аудитории. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: ток-шоу

33. Какому информационному жанру соответствует материал, называемый на сленге тележурналистов «БЗ\Без звука», поскольку в данном случае видеоматериал идет в эфир без закадрового текста автора? Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: заметка.

34. Как называется анонс основных тем выпуска телевизионных новостей, выдаваемый в эфир в начале программы? Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: шпигель

35. Укажите, какие из перечисленных телевизионных жанров являются информационными. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Репортаж
- Б. Комментарий
- В. Ток-шоу
- Г. Интервью
- Д. Заметка

Ответ: А, Г, Д.

36. Назовите группу жанров, к которой относятся телевизионные игры. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: документально-художественные

37. Укажите, какие из перечисленных телевизионных жанров являются документально-художественными. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Репортаж
- Б. Реалити-шоу
- В. Викторина
- Г. Докудрама
- Д. Интервью

Ответ: Б, В, Г.

38. Назовите термин, которым в телевизионной журналистике обозначают совокупность признаков телевизионной программы. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: формат.

39. Назовите термин, которым в телевизионной журналистике обозначают репортажное интервью. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: синхрон.

40. Назовите разновидность телевизионного интервью, которую считают вершиной профессионализма интервьюера. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: портретное.

41. Назовите разновидность телевизионного интервью, которую используют в разговорных передачах как видеоиллюстрацию к теме обсуждения в студии и монтируют только из ответов респондентов. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: интервью-анкета.

42. Назовите разновидность репортажа, в котором тема совпадает с информационным поводом. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: событийный.

43. Назовите аналитический телевизионный жанр, который наряду с репортажем более всего соответствует природным свойствам телевидения как СМИ, т.к. участники забывают о телекамерах и ведут себя спонтанно, естественно. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: дискуссия.

44. Назовите документально-художественный жанр, который представляет собой сценарно организованное взаимодействие группы людей, длительно находящихся под видеонаблюдением. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: реалити-шоу.

45. Назовите экранное произведение, которое сочетает в себе элементы документалистики и художественной постановки. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: докудрама.

46. Укажите, какие из перечисленных свойств характерны для телевидения как СМИ, то есть являются его природными свойствами. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Телегеничность
- Б. Непосредственность
- В. Вездесущность
- Г. Интернациональность
- Д. Персонифицированность

Ответ: Б, В, Д.

47. Какое природное свойство телевидения как СМИ отвечает за создание «эффекта присутствия», позволяет увидеть событие в момент свершения? Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: непосредственность.

48. Какое природное свойство телевидения как СМИ способствует созданию иллюзии межличностной коммуникации. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: персонифицированность.

49. Назовите функцию телевидения, которая отвечает за оперативное, полное и объективное информирование зрителей обо всех важных событиях и остается одной из центральных на современном телевидении. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: информационная.

50. Назовите функцию телевидения, которая отвечает за формирование общественного мнения по принципиальным вопросам медиаповестки. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: управленческая.

51. Назовите функцию телевидения, которая отвечает за повышение общего культурного уровня аудитории. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: культурно-просветительская.

52. Укажите, какие из перечисленных категориальных признаков телевизионных каналов делят их по форме собственности. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Универсальные
- Б. Государственные
- В. Нишевые
- Г. Частные
- Д. Общественные

Ответ: Б, Г, Д.

53. Укажите, каким каналом по форме собственности и способу финансирования является телеканала «Россия 1». Запишите букву правильного ответа.

- А. Государственным и некоммерческим
- Б. Государственным и коммерческим

- В. Общественным и некоммерческим
- Г. Частными и коммерческим.

Ответ: Б.

54. Укажите, какие из перечисленных категориальных признаков делят телеканалы по способу доставки сигнала. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Эфирные
- Б. Неэфирные
- В. Общациональные
- Г. Региональные
- Д. Спутниковые

Ответ: А, Б, Д.

55. Назовите термин, которым обозначают совокупность телевизионного и видеоконтента, доступного в Интернете. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: интернет-телевидение.

56. Укажите, какой из видов телевидения, в котором сигнал доставляется при помощи широкополосного интернета и предлагает зрителю дополнительные услуги, такие как видео по запросу, картинка в картинке, тв-пауза, повтор тв. Запишите букву правильного ответа.

- А. Эфирное телевидение
- Б. ОТТ-телевидение
- В. IPTV
- Г. Мобильное телевидение

Ответ: В.

57. Назовите термин, обозначающий одну из основных тенденций развития телевидения в 21-ом веке, подачу контента в развлекательной и упрощенной форме для того, чтобы привлечь максимальную аудиторию. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: инфотейнмент.

58. Назовите термин, которым в области измерения телевизионной аудитории называют процент аудитории, которая смотрит данную передачу по отношению ко всей потенциальной аудитории, имеющей в домохозяйстве телевизоры. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: рейтинг.

59. Назовите термин, которым в области измерения телевизионной аудитории называют процент аудитории именно этой передачи по отношению только к тем зрителям, которые не просто имеют телевизоры, а смотрят их в данное время. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: доля.

60. Назовите компанию, которая в нашей стране занимается основными медиаизмерениями, на основании данных которой телеканалы формируют сетку вещания. Напишите одно слово с большой буквы.

Ответ: Медиаскоп.

61. Назовите одну из метрик вовлеченности пользователей интернет СМИ, измеряющую долю переходов по ссылке (заголовку новости) от числа показов. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: кликабельность.

62. Укажите, от каких характеристик зависит повышение показателя кликабельности. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. От красоты шрифта заголовка
- Б. От понятности и актуальности анонсного блока
- В. От дополнительного визуального оформления
- Г. От положения материала на странице издания
- Д. От жанра предложенного материала

Ответ: Б, В, Г.

63. Укажите, какая из перечисленных редакционных метрик указывает на заинтересованность пользователя в материалах издания. Запишите букву правильного ответа.

- А. Охват
- Б. Кликабельность
- В. Дочитываемость
- Г. Глубина визита/сессии

Ответ: Г.

64. Назовите одну из метрик вовлеченности пользователей Интернет СМИ, измеряющую количество аудитории, получившей сообщение. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: охват.

65. Назовите одну из метрик вовлеченности пользователей Интернет СМИ, которая измеряется в процентах, соответствующих доле просмотров, при которых читатель дошел до конца статьи. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: дочитываемость.

66. Какая бизнес-модель Интернет СМИ подразумевает оплату интереса читателей третьими лицами. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: рекламная.

67. Какая бизнес-модель Интернет СМИ предоставляет своим подписчикам помимо доступа к контенту дополнительные возможности коммуникации, потребительского, социального или делового вида. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: клубная.

68. Какая бизнес-модель Интернет СМИ одновременно и размещает рекламу, и предлагает подписку, что приводит к сегментированию аудитории. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: гибридная.

69. Назовите термин, которым обозначают процесс слияния разнообразных каналов медиакommunikации. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: конвергенция.

70. Как обозначают информационное предприятие нового типа, которое реализует концепцию взаимодействия с аудиторией на разных платформах путем переупаковки контента и вовлечения пользователей в процессы производства и распространения информации. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: медиадом.

71. Выберите определение, наиболее соответствующее понятию Web 2.0. Напишите букву правильного ответа.

- А. Специальный инструмент в руках программистов
- Б. Название новой медийной среды на сленге программистов
- В. Сервисы для продвинутых пользователей, прошедших обучение
- Г. Сервисы, реализующие принцип соучастия пользователей в создании содержания

всемирной сети.

Ответ: Г.

72. Какая функция социальных медиа помогает им конкурировать со средствами массовой информации. Напишите букву правильного ответа.

- А. Формирование альтернативной информационной повестки
- Б. Вирусное распространение фейковой информации
- В. Предоставление каждому пользователю площадки для высказывания
- Г. Организация сообществ по интересам

Ответ: А.

73. Как часто следует обновлять аккаунт СМИ в соцсетях с учетом алгоритмов «умной ленты». Напишите букву правильного ответа.

- А. Не реже одного раза в час и не чаще одного раза в 15 минут
- Б. Не реже одного раза каждый три часа
- В. Не чаще, чем один раз в день
- Г. Так часто, как только получится.

Ответ: А.

74. Что нужно делать, чтобы информационный пост индексировался поисковыми системами. Напишите букву правильного ответа.

- А. Писать красиво, привлекательно
- Б. Упрощать стиль изложения
- В. Вставлять ключевые слова о событии
- Г. Предвосхищать вопросы читателя.

Ответ: В.

75. Какие посты должны составлять основной вид контента СМИ в социальных сетях. Напишите слово с маленькой буквы.

Ответ: информационные

76. Назовите символ, который используется в социальных сетях для метки и поиска по ключевым словам. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: хештег

77. Как нужно работать с фотоальбомами официального аккаунта СМИ в соцсетях. Напишите букву правильного ответа.

- А. Загружать туда все фотографии, указывая только общую тему альбома
- Б. Загружать фотоальбомы без каких-либо описаний
- В. Корректно описывать не только сам альбом, но и каждую фотографию в нем
- Г. Предложить пользователям самим давать описания к фотографиям

Ответ: В

78. Назовите термин, которым обозначают коммуникационный рефлекс, зависимость от современных технологий. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: фаббинг

79. Назовите термин, которым обозначают технологию, которая позволяет пользователям добавлять и править материалы, например, создавать интернет-энциклопедии. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: вики.

80. Кто из сотрудников СМИ в идеале должен отвечать за работу с социальными сетями. Напишите букву правильного ответа.

- А. Специалист по SMM, т.к. он лучше всего знает, как продвигать бренды в соцсетях
- Б. системный администратор, т.к. он лучше всего разбирается, как загружать текстовые и видеофайлы в интернет
- В. журналист, т.к. он в курсе редакционной политики, знает о добытом эксклюзиве и обладает навыками упаковки информационного контента
- Г. главный редактор, т.к. только он может давать разрешение на обнародование той или иной информации в соцсетях

Ответ: В.

81. Назовите философскую дисциплину, которая изучает поведение людей на основе моральных мотивов, предполагает рефлекссию о последствиях идей и поступков. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: этика.

82. Какие из перечисленных действий НЕДОПУСТИМО осуществлять журналисту в интернете. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Повышать кликабельность с помощью громких заголовков, не соответствующих содержанию текста.
- Б. «Копипастить» чужие статьи, меня одно-два слова
- В. Рерайтить чужую новость с добавлением дополнительных фактов.
- Г. Публиковать личные данные граждан – адреса, номера телефонов

Д. Ставить гиперссылку на источник цитаты\факта

Ответ: А, Б, Г.

83. Назовите вариант неэтичного поведения журналиста\блогера, когда он звонит по телефону известному человеку, представляется не своим именем и провоцирует собеседника на неосторожные высказывания. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: пранк.

84. Назовите методику синтеза изображения или голоса, основанную на искусственном интеллекте, использование которой противоречит журналистской этике в интернете. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: дипфейк.

85. Назовите область деятельности журналиста по проверке фактической точности сомнительных сообщений и заявлений. В соответствии с этическими требованиями журналист обязан применять знания в этой области при подготовке любого материала. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: фактчекинг.

86. Назовите термин, обозначающий изначально несуществующий факт, который после публикации в медиа получает реакцию и оценку, вызывает обсуждение, создающее иллюзию его достоверности. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: фактоид.

87. Назовите термин, обозначающий ложную новость, сфабрикованную с целью финансового обогащения или лоббирования политических интересов. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: фейк.

88. Как должен вести себя журналист в личных аккаунтах социальных сетей. Напишите букву правильного ответа.

- А. Может писать все, что захочет, как и другие пользователи социальных медиа
- Б. Обязан публиковать только статьи своего СМИ
- В. Любое свое высказывание рассматривать как публичное, придерживаться этического кодекса своего СМИ
- Г. Лучше вообще отказаться от аккаунта в соцсетях

Ответ: В.

89. Выберите главные этические проблемы адаптации журналистов к цифровой среде. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Надежность и безопасность онлайн-источника
- Б. Редакторский контроль за потенциально вредным интернет-контентом
- В. Борьба за охрану авторского права в интернете
- Г. Соблюдение правил конфиденциальности информации
- Д. Корректная работа с социальными сетями.

Ответ: А, Б, Г, Д.

90. Когда была принята Глобальная хартия этики журналистов. Назовите год.

Ответ: 2019.

91. Когда в нашей стране впервые были оговорены этические принципы работы тележурналистов, ведущие телеканалы подписали Хартию телерадиовещателей.

Ответ: 1999.

92. Какие из перечисленных действий НЕДОПУСТИМО осуществлять журналисту в кадре. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Демонстрировать тела погибших людей крупным планом
- Б. Брать в руки оружие в репортаже о военных действиях
- В. Выражать сочувствие жертвам катастрофы
- Г. Снимать стендап на фоне вывесок и рекламных баннеров
- Д. Собирать максимально полную и правдивую информацию

Ответ: А, Б, Г.

93. Имеет ли право корреспондент криминальной хроники называть преступником того или иного гражданина. Запишите букву правильного ответа.

- А. Имеет, если все обстоятельства дела указывают на это
- Б. Не имеет, если материал не одобрен шеф-редактором
- В. Не имеет, если еще не вынесено соответствующее решение суда
- Г. Имеет, если подозреваемый задержан на месте преступления

Ответ: В.

94. Почему недопустимо показывать в кадре крупным планом случайных людей и рассуждать за кадром о людских пороках и преступных деяниях. Запишите букву правильного ответа.

- А. Это неэтично, т.к. у этих людей не спросили разрешения на съемку
- Б. Это неэтично, т.к. зритель воспримет этих людей как преступников
- В. Такой материал делается только по согласованию с руководством
- Г. Такой материал нарушает закон об авторском праве

Ответ: Б.

95. Назовите один из самых проблемных с точки зрения этики сегментов современного телеэфира. В передачах такого рода часто обсуждается частная жизнь людей, скандальные ситуации. Напишите одно слово с маленькой буквы.

Ответ: ток-шоу.

96. Как должен вести себя ведущий телевизионной дискуссии. Напишите букву правильного ответа.

- А. Выражать собственные симпатии или антипатии к участникам спора
- Б. Спорить с приглашенными гостями, провоцируя их на неосторожные высказывания
- В. Останавливать говорящего, если он превышает лимит времени
- Г. Демонстрировать полную беспристрастность

Ответ: Г.

97. Каковы этические требования к интервьюированию людей в экстремальных ситуациях. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

- А. Можно не спрашивать разрешения на съемку у людей, т.к. это оперативная съемка и важное событие
- Б. Разрешение на съемку нужно обязательно спросить у всех, кто попадает в кадр.
- В. Даже если разрешение на съемку получено, оно могло быть дано в состоянии шшока, и журналист несет ответственность за публикацию таких кадров
- Г. Можно спросить разрешение на съемку только у героя сюжета, остальных, кто окажется на заднем плане, спрашивать не обязательно.
- Д. Если разрешение получено, но после съемки человек просит кадры не показывать – их показывать нельзя.

Ответ: Б, В, Д.

98. Имеет ли право тележурналист монтировать, сокращать, частично использовать снятое на камеру интервью. Напишите букву правильного ответа.

- А. Нет, нужно выдать интервью в эфир целиком
- Б. Да, это авторский материал, журналист может делать с ним все, что угодно.
- В. Да, при условии, что будет сохранена логика и общий смысл высказывания
- Г. Нет, это можно делать только в присутствии героя интервью

Ответ: В.

99. Имеет ли право тележурналист инсценировать на камеру какую-то ситуацию, который не было в реальности, для съемки репортажа. Напишите букву правильного ответа.

А. Нет, т.к. в этом случае утратится одно из главного качества телевидения – непосредственность

Б. Да, если ради яркого кадра журналист попросит героя повторить действие, которое камера не успела запечатлеть

В. Нет, если журналист режиссирует ситуацию, предлагает герою сказать или сделать то, что он не собирался

Г. Да, только так и нужно снимать репортаж

Ответ: Б.

100. Почему выбирая место для съемки стендапа или синхрона, надо обратить внимание на то, чтобы в кадр не попали вывески, рекламные объявления. Напишите букву правильного ответа.

А. Это некрасиво смотрится в кадре, потом придется накладывать «блюр»

Б. Обычно шеф-редактор не одобряет такой фон

В. Это не выгодно для создания эффекта присутствия на месте событий.

Г. Журналист не имеет права распространять информацию рекламного характера

Ответ: Г.

101. Выберите те обязанности тележурналиста, которые являются общими для журналистов вообще, вне зависимости от телевизионной специфики. Запишите буквы, обозначающие правильные ответы, в алфавитном порядке через запятую.

А. Нести ответственность за достоверность информации перед своей аудиторией

Б. Нести ответственность за выполнение правил публикации перед источниками информации

В. Соблюдать требования Закона о СМИ

Г. Подписывать материал только своим именем.

Д. Быть честным и порядочным.

Ответ: А, Б, В, Д.

Реализация программы с применением ДОТ:

Типовые проблемные задачи

1. Проблемно-аналитическое задание:

Дать представление о многообразии различных информационных источников в системе Интернет-ресурсов и возможностях самостоятельного участия пользователей Интернет-пространства в формировании информационного потока, понятие Интерактивности в Интернет-журналистике.

1. Вопросы к обсуждению:

- Интернет-сайты, Интернет-порталы, Интернет-газеты и журналы;
- основные поисковые системы: базовые: Yandex Rambler Aport 2000; российская Mail.ru, универсальные: Yahoo Alta Vista; международная: Google;
- поисковая система – адресный сервер WWW для ускоренного информационного доступа, обработка базы данных;
- Интерактивная журналистика: авторское и читательское участие в работе Интернет изданий;
- браузеры и их функциональное назначение;
- электронные энциклопедии и справочные базы данных (Викисловарь, Wikipedia);
- Тематические блоги, чаты, форумы, специфика и особенности размещения информационного (текстового и видео) контента;

Типовые ситуационные задачи

Репортаж для новых медиа

Упражнение предполагает создание оперативного мультимедийного онлайн-репортажа на площадке учебной группы соц. сети «ВКонтакте».

Цель упражнения

Дать студентам представление о специфике жанра репортажа в условиях новых медиа, об отличиях оперативного мультимедийного онлайн-репортажа от других сетевых разновидностей репортажа.

Формируемые навыки и умения

Поиск информационных поводов для соответствующего жанра и формата

Создание мультимедийного контента соответствующей жанровой разновидности и размещение его в режиме реального времени в сети.

Оперативное редактирование фото-, аудио- и видеоматериалов, пригодных для размещения в рамках мультимедийного произведения

Длительность: 2-3 академических часа.

Уровень сложности: базовый.

Оборудование: смартфон/планшет с доступом в интернет, штатив/монопод (как вариант: цифровой фотоаппарат, лэптоп с доступом в интернет).

Описание

Подготовка и публикация материала проходит строго в рамках занятия (2-3 академических часа). Студенты на предыдущем занятии информируются о характере предстоящей работы, инструктируются по поводу механизма его выполнения и требований к конечному результату и получают задание продумать объект и место съемки для запланированного практикума.

Непосредственно на занятии преподаватель еще раз проговаривает условия работы, отвечает на вопросы студентов, и студенты идут «в поля» выполнять задание. Возможна работа в парах. Требования к онлайн-репортажу:

Репортаж должен иметь некоторую журналистскую ценность (информативность,

актуальность или проблемность).

Репортаж должен состоять не менее чем из 5 текстовых постов, двух фотографий, сопровождающих текстовое сообщение. Желательно использовать видео- или аудиоподкаст,

Репортаж должен быть опубликован в режиме реального времени во время занятия. Последний пост должен быть опубликован до окончания пары. Работы, созданные в другое время, не принимаются.

Механизм публикации. В специально созданной учебной тематической группе необходимо создать отдельную тему в «Обсуждениях». В ней будет происходить процесс публикации. Название темы: фамилии авторов и заголовки репортажа. Далее в поле «Текст» необходимо написать первое текстовое сообщение репортажа. Далее необходимо добавлять в обсуждение новые посты по ходу развития события (в поле «Комментарии») с фото, видео или без них. Текстовые посты и любые мультимедийные материалы к нему должны находиться именно в специально созданной теме в «Обсуждениях», а не на стене или где-то еще.

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

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция как новые медиа- или коммуникационные продукты);

2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

1.Требование к теоретическому устному ответу

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и

выводами.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

2. Творческие задания

Эссе – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

Критерии оценивания - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка *«хорошо»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если не выполнены никакие требования

3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

4. Интерактивные задания

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

5. Комплексное проблемно-аналитическое задание

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерий оценивания - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся демонстрирует

непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

6. Исследовательский проект

Исследовательский проект – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерии оценивания - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

7. Информационный проект (презентация)

Информационный проект – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

Критерии оценивания - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

8. Дискуссионные процедуры

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

- лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;
- смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;
- смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

9. Тестирование

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

Критерии оценивания – правильный ответ на вопрос

Оценка *«отлично»* ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий

Оценка *«хорошо»* ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий

Оценка *«удовлетворительно»* ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий

10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1 Основная учебная литература

1. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — ISBN 5-238-00771-X. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81774.html>

2. Мультимедийная журналистика / Под общей редакцией А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. ВШЭ, 2017.

3. Устюжанина, Д. А. Интернет-журналистика: учебное пособие / Д. А. Устюжанина. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2019. — 120 с. — ISBN 978-5-7638-3995-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100022.html>

4. Якунин, А. В. Интернет-журналистика. Интернет-журналистика в контексте массовой коммуникации в медиасреде Интернет : учебное пособие / А. В. Якунин. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 76 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102906.html>

8.2 Дополнительная учебная литература:

1. Амзин А. Интернет-журналистика. Как писать хорошие тексты. Москва, 2020. – 400 с.
2. Гегелова, Н.С. Становление журналистики в сети Интернет. – Москва, 2018. – 52 с.
3. Голиков А. В. Современные тенденции развития российского телевидения. М.: Изд-во Новый век, 2020. — 198 с.
4. Даутова Р.В., Анохин А.И. Жанры и модели новостной тележурналистики: учебно-методическое пособие для магистрантов. – Казань: Казан. ун-т, 2018 – 62 с.
5. Заика, А. А. Локальные сети и интернет : учебное пособие / А. А. Заика. — 3-е изд. — Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 323 с. — ISBN 978-5-4497-0326-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL:

<https://www.iprbookshop.ru/89442.html>

6. Китаева Е. М. Телевидение как социокультурный феномен: медиаобразование и медиаисследования. М.: Аспект Пресс, 2018. — 320 с.
7. Романов, А. А. Управление рекламными кампаниями в СМИ: учебное пособие / А. А. Романов, Р. В. Каптюхин. — Москва: Евразийский открытый институт, 2010. — 328 с. — ISBN 978-5-374-00396-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/10886.html>
8. Такова Н.В. Влияние цифрового медиа на традиционное телевидение и радио: монография. — Москва: 科学出版社, 2018. — 210 с.
9. Трофимова, Г. Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете. Концептуально-сущностные доминанты : монография / Г. Н. Трофимова. — Москва : Российский университет дружбы народов, 2009. — 40 с. — ISBN 978-5-209-03170-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/11547.html>
10. Черемных, М. В. Медиакультура: теория, история, практика. М.: Аспект Пресс, 2018. — 240 с.

8.3. Периодические издания

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. ISSN 0320-8079. <http://www.iprbookshop.ru/56695.html>
2. История отечественных СМИ. ISSN 2541-9137. <http://www.journ.msu.ru/science/books/27474/>
3. МедиаАльманах. ISSN: 1992-4631. <http://mediaalmanah.ru/files/93/646.php>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Интернет-портал «Союз журналистов Москвы». <http://ujmos.ru/>.
2. Интернет-портал «Союз журналистов России». <https://ruj.ru/>.
3. Интернет-журнал «ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИАРЫНОК». <http://www.jourmedia.ru/>.
4. «Инфорум» — информационный форум Союза журналистов России. <https://inforum.media/>.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности — лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

- работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;

- внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
- выполнение самостоятельных практических работ;
- подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Microsoft Windows Server;
2. Семейство ОС Microsoft Windows;
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);
6. Электронная информационно-образовательная система ММУ: <https://elearn.mmu.ru/>

Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

Для ДОТ:

Учебная аудитория для проведения всех видов занятий с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, в том числе для занятий лекционного типа, семинарского типа; для проведения лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций; для осуществления текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации; для выполнения курсового проектирования (курсовых работ).

Ауд. 520а (виртуальные учебные аудитории: ауд. 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 9/6, 9/7 Вебинарная 1, Вебинарная 2, Вебинарная 3, Вебинарная 4, Вебинарная 5, Вебинарная 6, Вебинарная 7, Вебинарная 8, Вебинарная 9, Вебинарная 10):

Специализированная мебель:

- столы для преподавателей;

- стулья для преподавателей;

Технические средства обучения:

- компьютеры персональные для преподавателей с выходом в сети Интернет;

- наушники;

- вебкамеры;

- колонки;

- микрофоны.

13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: (*«мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.*) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Телевидение. Интернет как СМИ

<i>Направление подготовки</i>	Журналистика
<i>Код</i>	42.03.02
<i>Направленность (профиль)</i>	Журналистика средств массовой коммуникации
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-5
Профессиональные	-	ПК-7

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-5	Способен участвовать в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий	ПК-5.1. Имеет представление об основных этапах производственного процесса по созданию медиатекста. ПК-5.2. Владеет навыками применения цифровых технологий в работе над журналистским текстом.
ПК-7	Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-7.1. Способен соблюдать приоритет общечеловеческих гуманистических ценностей перед групповыми в работе над журналистским текстом. ПК-7.2. Осознает профессию журналиста как деятельность повышенной социальной ответственности. ПК-7.3. Способен к рефлексии и эмпатии в отношении к героям публикаций. ПК-7.4. Знает общепринятые нормы морали и стандарты взаимоотношений и применяет их в создании журналистского текста.

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
---------------------------	-------	-------	---------

Код компетенции	ПК -5		
	- основы техники и технологии СМИ; -основы вычислительной техники и компьютерного дизайна; - редакционную структуру электронного СМИ	- уметь производить мультимедийный продукт в соответствии с редакционными требованиями; -уметь готовить текстовой материал в соответствии с нормативами, установленными редакцией (специфика электронного СМИ); - использовать редакционные технические средства при создании электронных продуктов	- навыками производства мультимедийного продукта; - навыками использования программных редакционных средств; - навыками применения знаний в области вычислительной техники и компьютерного дизайна
Код компетенции	ПК-7		
	- этические основы журналистской деятельности; - психологические основы (возможного) восприятия мультимедийной продукции различных жанров	- учитывать потенциальные риски в процессе производства электронной продукции; учитывать искусствоведческие особенности в процессе производства мультимедийной продукции	- навыками применения этических основ в журналистской деятельности; - навыками прогнозирования развития мультимедийной продукции с учётом журналистского мастерства

3.2 Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/ зачтено	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.

	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/ зачтено	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ зачтено	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих

		документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Компетенция не достигнута		
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ Не зачтено	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

Типовые контрольные задания для проверки знаний студентов

Тесты

1. Прообразом какого компонента современной рекламы была средневековая геральдика?

А) Слоган

Б) Логотип

В) Модуль

Г) Миссия

2. Классическая рекламная формула AIDA последовательно включает в себя следующие компоненты

А) внимание

–интерес

–желание

–действие

Б) внимание

–понимание

–убеждение

–действие

В) осведомленность

–знание

–убеждение

–действие

Г) внимание

–мотив

- доверие
- действие

3. Какой жанр телерекламы является наиболее распространённым?

- А) Дикторское объявление
- Б) Бегущая строка
- В) Электронная заставка
- Г) Рекламный ролик**

4. Какая из рекламных моделей появилась ранее других?

- а) DIBABA**
- б) ACCA
- в) AIDA

5. Какое название является синонимом целевой аудитории рекламы?

- а) мишень рекламы
- б) ядро рекламы**
- в) фокус-группа.

6. Какое средство не является письменной формой распространения PR-обращения?

- а) книги
- б) факс-релизы
- в) кинофильмы**

7. Какова правильная последовательность в рекламной коммуникации?

- а) субъект**
 - посредник
 - получатель
 - обратная реакция
- б) субъект
 - получатель
 - обратная реакция
 - посредник
- в) получатель
 - обратная реакция
 - посредник
 - субъект

8. К какому виду относится реклама, основанная на неосознаваемых потребителем манипуляциях?

- а) неэтичная реклама
- б) лживая реклама
- в) скрытая реклама**

9. Кто по Закону РФ «О рекламе» несет ответственность за содержание рекламной информации?

- а) рекламодатель
- б) рекламораспространитель**
- в) рекламопроизводитель

1. Кто ввел в оборот термин «пропаганда»?
2. Почему общественное мнение начали изучать только на рубеже XIX – XX веков?
3. Что такое общественность?
4. Напишите должностную инструкцию для специалиста по СО в разных сферах деятельности.
5. Для чего нужен коммуникационный менеджмент?
6. В чем различия СО в государственной и коммерческой сферах?
7. Зачем государственной сфере нужны связи с общественностью?
8. Какая структура эффективнее: внутренний отдел по СО или внешнее ПР-агентство?
9. Кто может быть «лидером мнений»?
10. Для чего ввели разделение аудиторий на целевую и ключевую?
11. Придумайте рекламные мероприятия для целевой и ключевой аудиторий.
12. Предложите вариант оценки эффективности воздействия разных каналов выхода на аудиторию.
13. Разработайте медиа-план для рекламной кампании.
14. Какие правила коммуникационных и информационных кампаний в СМИ?
15. Какие материалы готовят для СМИ?
16. Напишите программу презентации рекламируемого продукта.
17. Напишите программу пресс-конференции.
18. Напишите программу выставки.
19. Напишите программу клубного вечера.
20. Напишите программу делового завтрака.

Задания для проверки умений и навыков применения студентами теоретических знаний при решении широкого круга проблемно-аналитических и практических учебно-профессиональных задач, типовых задач

Темы исследовательских, информационных, творческих проектов

Подготовьте исследовательский проект по теме:

1. Зарождение рекламы в Древнем мире.
2. История возникновения рекламы в России.
3. Возникновение первых рекламных агентств в странах Западной Европы.
4. Первые рекламные агентства в США.
5. Специфика политической рекламы в 20-е годы XX века в РФ.

Информационный проект

Подготовьте информационный проект (презентацию) по теме:

1. Определение целевой аудитории.
2. Разработка слогана и эхо-фразы.
3. Составление медиаплана.
4. Создание креативного брифа.
5. Популярные методы исследования в рекламе.

Творческий проект

1. Напишите текст о приёме абитуриентов в университет, используя императивы.
- Вопросы:

- 1) Какие виды заголовков вы знаете?
- 2) Что такое «эхо-фраза»?

3) Какова специфика текста для молодёжной аудитории?

2. Подготовьте вариант презентационного буклета.

Вопросы:

- 1) Какие виды презентаций вы знаете?
- 2) Стилиевые особенности информации, размещаемой на буклетах.
- 3) Каналы и площадки размещения презентационных материалов в СО.

3. Подготовить контент-анализ по избранной теме.

Вопросы:

- 1) Охарактеризуйте метод контент-анализа.
- 2) Правила составления таблицы для контент-анализа.
- 3) Обоснование выбора СМИ для проведения контент-анализа.

Задание к интерактивному занятию

Деловая игра «Организация рекламной деятельности фирмы».

Цель игры: Освоение методики планирования рекламной деятельности.

Имитируются условия и задачи работы рекламной службы на предприятии. Подготовка, обоснование, разработка и реализация рекламного плана проводится каждой из подгрупп в диалоговом режиме и имеет соревновательный характер.

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации:

1. Исторические корни связей с общественностью и рекламы.
2. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития СО как профессии и бизнеса.
3. Сферы применения знаний и умений специалиста по СО. Генезис структур и моделей связей с общественностью.
4. Место и роль рекламных коммуникаций в современной рыночной экономике. Основные и термины и понятия рекламы и PR.
5. Общественность и общественное мнение как главные объекты Паблик рилейшнз (PR).
6. Целевая аудитория, ключевая аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения в СО.
7. Основные объекты PR-деятельности.
8. СО в государственных и общественных структурах. СО в СМИ. Коммуникационный менеджмент.
9. Функции специалиста по рекламе.
10. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.
11. Право, этика, нетрадиционные методы регулирования СО: возможности и ограничения.
12. Мировая практика саморегулирования СО. Этика как метод регулирования СО. Этика личная, корпоративная и профессиональная.
13. Основные участники рекламного процесса. Примерная структура рекламного и PR-агентства.
14. Этапы разработки рекламных и PR-кампаний.
15. Что такое интегрированные маркетинговые коммуникации?

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов достижения компетенций

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизированных оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;
- задания для практических занятий;
- ситуационные задания;
- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;
- решение тестовых заданий;
- экзамен.

Опросы по вынесенным на обсуждение темам

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

Решение заданий (кейс-методы)

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно, либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время

практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

Решение заданий в тестовой форме

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.